

**Kalifaatin kutsu – terroristijärjestö Isisin propagandalehtien kansikuvien
tarkastelu semioottisen kuva-analyysin keinoin**

Seija Laitinen
Helsingin yliopisto
Valtiotieteellinen tiedekunta
Viestintä
Pro gradu -tutkielma
Marraskuu 2020



| | | | |
|---|--|--|---|
| Tiedekunta – Fakultet – Faculty Valtiotieteellinen tiedekunta | | Koulutusohjelma – Utbildningsprogram – Degree Programme Valtiotieteiden maisterin koulutusohjelma | |
| Tekijä – Författare – Author Seija Laitinen | | | |
| Työn nimi – Arbetets titel – Title Kalifaatin kutsu – terroristijärjestö Isisin propagandalehtien kansikuvien tarkastelu semioottisen kuva-analyysin keinoin | | | |
| Oppiaine/Opintosuunta – Läroämne/Studieinriktning – Subject/Study track Viestintä | | | |
| Työn laji – Arbetets art – Level Pro gradu -tutkielma | | Aika – Datum – Month and year Marraskuu 2020 | Sivumäärä – Sidoantal – Number of pages 70 |
| <p>Tiivistelmä – Referat – Abstract</p> <p>Terroristijärjestö Isis nousi maailman tietoisuuteen vuonna 2014. Ääri-islamistijärjestö toteutti poikkeuksellisen raakoja väkivallan tekoja ja julisti perustaneensa uuden kalifaatin. Järjestö julkaisi kahta propagandalehteä, Dabiqia ja Rumiyaia. Tämän tutkielman tarkoituksena on selvittää, millaisia propagandakeinoja Isisin propagandajulkaisujen kansikuvissa käytetään. Pohdinnassa on myös se, perustuuko Isisin propaganda muuhunkin kuin pelon ilmapiiriin luomiseen. Tutkielman teoreettinen lähtökohta on propagandan sekä semiotiikan käsitteissä.</p> <p>Metodina tutkielmassa on semioottinen kuva-analyysi ja aineistona Isisin kahden propagandalehden kansikuvat. Tarkasteluun on valittu kahdeksan Dabiqin sekä kahdeksan Rumiyaan kansikuvaa. Kuvista muodostetaan ensin denotaatio, eli kuvan ilmeinen merkitys. Tästä liikutaan konnotaation, eli kuvan toissijaisiin merkityksiin. Konnotaation avulla on tarkoitus tunnistaa kansikuvissa käytettäviä propagandakeinoja.</p> <p>Tuloksista tulee esiin, että kansikuvissa käytetyin propagandakeino on pelko, mutta Isis käyttää myös muita klassisia propagandakeinoja lehtien kansissa. Äärijärjestön propaganda ei perustu pelkästään äärimmäisen väkivallan esittelyyn.</p> <p>Isisin propagandan keskiössä on muun muassa nostalgian hyödyntäminen. Järjestö haikailee menneen kukoistaneen kalifaatin perään ja pyrkii luomaan kalifaatin uudelleen moderniin maailmaan. Propaganda perustuu myös tarinallisuuteen ja maailman yksinkertaistamiseen hyvä vastaan paha-asetelmaan. Isis pitää vääräuskoisia vihollisenaan. Propaganda myös kannustaa liittymään Isisin riveihin, toisaalta taas rohkaisee muslimeja tai järjestöä ihannoivia toteuttamaan yksittäisiä terrori-iskuja ympäri maailman.</p> | | | |
| Avainsanat – Nyckelord – Keywords semiotiikka, denotaatio, konnotaatio, propaganda, terroristijärjestö Isis | | | |
| Ohjaaja tai ohjaajat –Handledare – Supervisor or supervisors Tuomo Möra | | | |
| Säilytyspaikka – Förvaringställe – Where deposited Helsingin yliopiston kirjasto, Helsingfors universitets bibliotek, Helsinki University Library | | | |
| Muita tietoja – Övriga uppgifter – Additional information | | | |

Sisällysluettelo

| | |
|---|-----------|
| 1. Johdanto | 1 |
| 1.1. Tutkimuskysymys | 4 |
| 1.2. Tutkimuksen relevanssi | 4 |
| 1.3. Tutkielman rakenne | 5 |
| 2. Teoria | 6 |
| 2.1. Aikaisempi tutkimus aiheesta | 6 |
| 2.2. Isisin tausta | 8 |
| 2.3. Propagandan käsite | 11 |
| 2.3.1. Propagandan muotoja | 14 |
| 2.3.2. Propagandatekniikoita | 15 |
| 2.4. Semiotiikka | 20 |
| 2.5. Semiotiikan pioneerit Saussure ja Peirce | 21 |
| 2.6. Rolland Barthesin vaikutus semiotiikkaan | 22 |
| 2.7. Barthesin idea denotaatiosta ja konnotaatiosta | 23 |
| 2.8. Semiotiikan vahvuuksista ja heikkouksista | 24 |
| 3. Menetelmä ja aineisto | 25 |
| 3.1. Semiotiikka kuvantulkinnan välineenä | 25 |
| 3.1.1. Kvantulkinnan tasot | 26 |
| 3.1.2. Denotaatio | 27 |
| 3.1.3. Kuvassa esiintyvien ihmisten kategorisointi | 28 |
| 3.1.4. Konnotaatio | 29 |
| 3.1.5. Kuvan problematisointi | 30 |
| 3.1.6. Konnotatiivinen kuva-analyysi | 31 |
| 3.2. Aineisto | 32 |
| 4. Analyysiluku | 33 |
| 4.1. Dabiq-lehden kansikuvat | 33 |
| 4.2. Ramiyah-lehden kansikuvat | 41 |
| 5. Tulokset ja pohdinta | 49 |
| 6. Johtopäätökset | 52 |
| 7. Liitteet | 55 |
| 8. Lähteet | |

1. Johdanto

“Se, mitä Irakissa ja Syyriassa tapahtuu nyt, on syöpä, joka saattaa levitä koko maailmaan”, ilmaisi Britannian tuolloinen ulkoministeri Philip Hammond elokuussa 2014. Kommentillaan Hammond viittasi ääri-islamilaisten järjestön, Isisin, julkaisemaan videoon, jolla amerikkalaistoimittaja James Foley teloitetaan raastasti. (HS 20.8.2014.)

Foley oli sotajournalisti, joka katosi Syyriassa marraskuussa 2012. Isisin 19.8.2014 julkaiseman teloitusvideon oli tarkoitus toimia varoituksena Yhdysvalloille: valtion tulisi lopettaa terroristijärjestöön kohdistetut ilmaiskut Irakissa. Foleyn kuoleman jälkeen, Isis julkaisi uuden videon, jolla järjestö edelleen kehotti Yhdysvaltoja lopettamaan hyökkäykset terroristiryhmää vastaan. Videolla esiintyi Foleyn lailla kadonnut amerikkalaistoimittaja, Steven Sotloff. Videollaan Isis ensin uhkasi teloitaa myös hänet ja myöhemmin järjestö toteutti uhkauksensa ja julkaisi 2.9.2014 videon, jolla Sotloff teloitetaan. (Vox-verkkosivu 2015.) Amerikkalaistoimittajien kuolemat eivät kuitenkaan saaneet Yhdysvaltoja vetäytymään, vaan herättivät amerikkalaiset Isisin vastaiseen taistoon. Yleinen mielipide tuki presidentti Obaman päätöstä aloittaa Isisin vastainen kampanja syyskuussa 2014. (Vox-verkkosivu 2015.) Isisin toteuttaman raakalaismaisen väkivallan dokumentointi ja sen julkaisu nosti järjestön maailman tietoisuuteen vuonna 2014.

Isisin masinoima kauhun kampanja alkoi jo aiemmin, vuonna 2004, kun amerikkalainen liikemies Nicholas Berg mestattiin. Bergin oli ottanut kiinni terroristiliike AQI, Al-Qaeda in Iraq, ja liikemiehen mestasi liikkeen johtaja, al-Zarqawi. Bergin kaula katkaistiin veitsellä ja operaatio tallennettiin kokonaan kuvanauhalle. Mestaus ei ollut ohi nopeasti, vaan siihen kului useita pitkiä sekunteja. Tätä videota seurasi useita uusia mestausvideoita, jotka olivat aiempaa brutaalimpia. Amerikkalaisten uhrien lisäksi, myös brittejä, venäläisiä, japanilaisia, bulgarialaisia, korealaisia ja filippiinejä tapettiin. (Stern & Berger 2015, 2.)

AQI:n videoista syntyi mediamalli, jonka Isis otti omakseen myöhemmin. Isisin toimia tarkkailtiin huolestuneena jo myöhään vuonna 2013, mutta Obaman hallinto ei vielä tuolloin noteerannut ongelmaa. Tammikuussa 2014, Obama antoi haastattelun New Yorkerille, jossa edelleen vähäteltiin ryhmän aiheuttamaa uhkaa. (Emt. 3.)

Yhdysvaltojen hallinto sivuutti kuukausien ajan jihadistien olemassaolon. Kesäkuussa 2014 Isis sai valtaansa suuren osan Irakia, mikä säikäytti Yhdysvaltojen kouluttamat irakilaisotilaat. Myös Obaman hallinto oli ihmeissään, Isisin nousua ei ollut osattu ennakoida. Isisin aiheuttamasta sotilaallisesta draamasta huolimatta, amerikkalaiset ja länsimaalaiset olivat vuosikymmenen jatkuneen terrorismin vastaisen sodan sokaisemia ja Isisiä ei ymmärretty pitää todellisena uhkana. (Stern & Berger 2015, 4.)

Ensimmäinen yliopistotasoinen, Avoimessa yliopistossa suorittamani luentokurssi oli terrorismintutkija Leena Malkin kurssi *Terrorismin monet kasvot*. Tätä seurasi Kannunvalajien valmennuskurssi, jolla puolestaan tutustuttiin kuvien tulkitsemiseen. Visuaalisuutta ja terrorismia käsitteleviin kursseihin keskityin myös opinnoissani opiskelijavaihdossa Alankomaiden Rotterdamissa. Näihin mielenkiinnon kohteisiin liittyi tutkielmani. Isisin levittämä propaganda on kauhistuttavaa, mutta on kuitenkin mielenkiintoista ja tärkeää tarkastella sitä, onko järjestön propagandassa muutakin sisältöä kuin pelkkä äärimmäinen väkivalta.

Isisin yhtenä propagandan ulottuvuutena on visuaalisuus ja pro gradu -tutkielmassani tutkin terroristijärjestö Isisin julkaisemien Dabiq- ja Rumiayh- verkkolehtien kansikuvissa käytettäviä propagandakeinoja. Dabiq ja Rumiayah ovat kansainväliselle yleisölle suunnattuja verkkojulkaisuja, joiden tarkoituksena on ollut Isisin uskonnollisen legitimitetin vakiinnuttaminen sekä islamistisen yhteisön rakentaminen. Dabiq sekä Rumiayah ovat toimineet propagandan välineenä, tavoitteenaan ulkomaisten taistelijoiden emigraatio Isisin hallussa olevalle alueelle.

Dabiq-lehti on nimetty irakilaisen kylän, Dabiqin mukaan. Terroristijärjestön ajatuksena on, että kyseisessä kylässä muslimit tulevat kohtaamaan taistelussa vääräuskoiset (Clarion Project 1). Isis menetti Dabiqin kylän hallinnan, ja tämän jälkeen lehteä alettiin julkaista nimellä Rumiayh (Rooma). Tällä viitattiin profeetta Muhammedin puheeseen, jossa hän sanoi, että muslimit tulevat ensin valloittamaan Konstantinopolin, sitten Rooman (Clarion Project 1). Dabiq ja Rumiayah on julkaistu useilla kielillä ja tutkielmassa keskitytään lehtien englanninkielisiin versioihin. Analyysiin on valittu kahdeksan Dabiqia ja kahdeksan Rumiayahia. Julkaisujen kaikkia valokuvia ei tarkastella, vaan tutkielmassa keskitytään ainoastaan kansikuviiin, jotta analysoitava materiaali olisi selkeästi fokusoitunut. Lisäksi

huomioiden tutkielman pituuden, analyysiin oli mahdollista valita vain rajattu määrä kansikuvia.

Isisin voi nähdä olevan uhka maailmanrauhalle. Järjestön olemassaoloa selittää väkivaltaisen ekstremismin kasvu, joka on peräisin epäonnistuneista valtiorakennelmista ja niiden jälkeensä jättämistä poliittisista tyhjiöistä sekä hallitusten epäonnistumisesta vastata maidensa sosioekonomisiin haasteisiin. Muslimiväestöä on myös vieraantunut länsimaista. Arviolta 30 000 kansalaista 100 eri maasta on liittynyt Isisiin. (Peters 2016, 4.) Väkivaltaiseen ekstremismiin osallistuvilta puuttuu usein uskonnollinen lukutaito. Muslimivaltioiden nuorten elämää värittää usein kokemus marginalisaatiosta tai riistosta. Isisin markkinoima Islamilainen valtio näyttäytyy nuorille idyllisenä ja vastauksena kotimaassa ilmeneviin haasteisiin. (Peters 2016, 6.)

Isis on kehittänyt modernin, teknologisesti tehokkaan brändin. Järjestölle taistelu mediassa on yhtä tärkeää kuin taistelu varsinaisilla taistelukentillä. Isis hyödyntää toiminnassaan myös sosiaalista mediaa ja kommunikoi nopeasti sen avulla. Isis systemaattisesti misrepresentoi uskonnollisia doktriineja ja poliittisia epäkohtia, saadakseen oikeutuksen väkivaltaan ja houkutellakseen uusia jäseniä. Uskonnolliset johtajat ovat irtisanoutuneet Isisistä ja ovat tehneet selväksi, että heidän toimensa ja uskomuksensa ovat ei-islamistisia. (Peters 2016, 6.)

Isisin propagandan tarkoituksena on rekrytoida taistelijoita ulkomailta ja säilyttää jo olemassa olevien kannattajien tuki. Kommunikaatio vaihtelee kohderyhmittäin. Isis luottaa propagandassaan vahvasti visuaaliseen kuvastoon, kuten infograafeihin, videoihin sekä valokuviiin houkutellaan uusia rekrytoitavia mukaan. Kuvat ylittävät kulttuuriset ja kielelliset rajat ja jättävät katsojaan pitkäaikaisen vaikutuksen. Isis on luonut videoita ja valokuvia, jotka muistuttavat toimintaelokuvia ja pelejä, houkutellakseen näillä nuorempaa yleisöä. (Peters 2016, 7.)

Potentiaaliset rekrytoitavat ovat usein yksilöitä, jotka ovat jääneet yhteiskunnan ulkopuolelle. Isis tarjoaa yhteisöstä vieraantuneelle nuorisolle paikan, jossa he saavat kokemuksen yhteisöstä sekä yhteenkuuluvuuden tunteesta. (Peters 2016, 7.) Isisin Pariisissa 2015 toteuttaman tuhoisan terrori-iskun jälkeen Euroopassa nousi islamofobiaa, mikä saattoi lisätä muslimien tunnetta siitä, että he ovat yhä enemmän vieraantuneet

länsimaista. Kulttuurinen eristäytyneisyys ja islaminvastaisuuden nousu sataa Isisin laariin ja järjestö käyttää ei-muslimien ja muslimien vastakkainasettelua hyväkseen ja kannustaa musliminuoria radikalisoitumiseen. (Emt. 7.)

1.1. Tutkimuskysymys

Lehdestä lukija näkee ensin kansikuvan. Sen on tehtävä vaikutus, jotta lukija tarttuu lehteen ja verkkojulkaisun kyseessä ollessa, lukija klikkaa kansikuvasta eteenpäin. Dabiqin sekä Rumiyaan kansikuvissa on näyttävä ja dramaattinen kuva yhdistettynä kuvaan liittyvään otsikkoon. Kun tarkoituksena on tutkia kansikuvan vaikuttavuutta, on pro gradu -tutkielmani tutkimuskysymys seuraava: **Millaisia propagandakeinoja Dabiq- ja Rumiyaan-verkkojulkaisujen kansikuvissa käytetään?** Tutkielman lähestymistapa aineistoon on laadullinen ja tutkimus sijoittuu propagandatutkimuksen kentälle. Analysoitavan aineiston tarkastelussa metodina käytetään semioottista kuvantutkimusta. Propaganda luo mielikuvia ja pyrkii hallitsemaan ihmisten mieliä. Semioottikkoja kiinnostavat kuvien piilomerkitykset, eli se, millaisia ideoita ja arvoja kuvan symboliseen kieleen mahdollisesti kätkeytyy (Seppä 2012, 128). Propaganda ja semiotiikka kohtaavat toisensa siinä, että propagandaan on kytketty piilomerkityksiä ja semiotiikka on tiede, joka pyrkii tarkastelemaan kuviin ladattuja merkityksiä. Propaganda piilottaa merkityksiä – semiotiikka paljastaa niitä.

1.2. Tutkimuksen relevanssi

Isisin verkkojulkaisu on taidokkaasti tuotettu, mikä kertoo terroristijärjestön ammattimaisesta toiminnasta ja ymmärryksestä hyödyntää verkkoa toiminnassaan. Terroristijärjestö edustaa digiajan propagandaa ja ajankohtaisuutensa vuoksi ilmiöön olisi tärkeä tutustua tarkemmin.

Lokakuussa 2017 Isisin uutisoitiin menettäneen alueensa Irakissa (The Guardian 21.10.2017). Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että terroristijärjestö olisi lopettanut toimintansa. Isisin propagandakoneisto tarjoaa toimintamallin mahdollisille tuleville terroristiryhmille. Ilmiö on luultavasti pinnalla tulevaisuudessakin, joten tämänkin huomioiden tutkimukselle on tarvetta.

Isis on tullut tunnetuksi raaoista otteistaan, mutta onko terrorijärjestön propagandassa olemassa muutakin sisältöä, kuin suoranainen äärimmäisellä väkivallalla mässäily. Myös tätä tutkielmassa tarkastellaan – onko Isisin propaganda muutakin kuin järjestön toteuttamien raakuuksien esittelyä.

1.3. Tutkielman rakenne

Tutkielmassa edetään siten, että ensin tarkastellaan aikaisempaa tutkimusta aiheesta – miten Isisin propagandajulkaisuja on aiemmin tutkittu. Tämän jälkeen Isisin tausta esitellään, missä ja miten äärijärjestö on saanut alkunsa ja mitkä ovat olleet järjestön vaiheet. Teoriaosuudessa tutustutaan propagandan käsitteeseen sekä siihen, millaisia propagandakeinoja on olemassa. Propagandasta siirrytään semiotikkaan ja käydään läpi semiotiikan tieteenalaan syntyyn vaikuttaneiden Ferdinand de Saussuren ja Charles S. Peircen perintö. Heistä liikumme kuvan tutkimuksen keskeiseen vaikuttajahahmoon Roland Barthesiin ja hänen hahmottelemaan denotaatio-konnotaatio-käsitepariin. Teoriaosuuden jälkeen tuodaan esille kuva-analyysissä käytettävä metodi, joka perustuu Barthesin denotaatio-konnotaatio-jaotteluun. Metodin lisäksi tutustutaan luonnollisesti myös analysoitavaan aineistoon. Metodi laitetaan koetukselle Isisin propagandalehtien analyysiosiossa, jossa ensin käydään läpi Dabiq-lehtien kansikuvat niiden ilmestymisjärjestyksessä. Tämän jälkeen vuorossa ovat Rumiyah-julkaisun kannet. Analyysin anti esitellään tulokset ja pohdinta -kappaleessa, josta tutkielman lopuksi liikutaan johtopäätöksiin – millaisia propagandakeinoja Isisin kahden verkkojulkaisun kansikuvissa on havaittavissa. Seuraavassa kappaleessa tutustutaan aiheesta tehtyyn aiempaan tutkimukseen.

2. Teoria

2.1. Aikaisempi tutkimus aiheesta

Terroristijärjestö Isisin Dabiq-lehteä julkaistiin vuoden 2014 heinäkuusta vuoden 2016 heinäkuuhun. Rumiya taas ilmestyi vuoden 2016 syyskuusta vuoden 2017 syyskuuhun. E-lehtien ilmestymisestä on siten lyhyt aika, mutta tutkimusta niistä on kuitenkin olemassa. Seuraavassa esittelen, millaisin näkökulmin lehtiin on hiljattain tutustuttu ja miten aiempi tutkimus viitoittaa suuntaa omalle tutkimukselleni.

Haroro on tutkinut sitä, miten Isisin Dabiq ja terroristijärjestö al-Qaedan julkaisema Inspire-lehti pyrkivät vetoamaan englanninkielisiin muslimeihin ja rohkaisemaan heitä toimintaan. Haroron tutkimusmetodina on narratiivianalyysi ja tämän avulla kirjoittaja pyrkii selvittämään, millaisilla narratiivisilla keinoilla vastakkainasettelua muslimien ja ei-muslimien välille lehdissä luodaan. Haroro analysoi neljätoista Inspire-lehteä ja kolmetoista Dabiq-julkaisua. (Haroro 2016, 537-538.) Aineistoksi Haroro nimeää kolme elementtiä: artikkelit, julkilausumat sekä mainokset (Emt. 562). Mainosten myötä kirjoittaja on tutustunut siten myös lehtien visuaaliseen materiaaliin.

Haroro tulee siihen lopputulokseen, että molemmat lehdet kannustavat toimintaan, mutta eri tavoin. Inspire pyrkii vetoamaan identiteettiin liittyvillä valinnoilla, kun Dabiq taas pyrkii vetoamaan identiteetin lisäksi myös järkeen. (Haroro 2016, 358.) Haroro pohtii lehtien tarjoavan ikään kuin linssit maailman tarkasteluun, joiden avulla vastaanottajien mielipiteitä pyritään muokkaamaan ja kannustamaan heitä tukemaan järjestöjen toimintaa. Kirjoittajan mukaan lehtien sivuilla vuorottelevat identiteetin, kriisin ja ratkaisun narratiivit. (Haroro 2016, 539.) Haroro esittää, että edellä mainittujen kahden lehden narratiivien tarkastelu on tärkeää muun muassa sen vuoksi, että tunnistetaan ne aiheet, mihin terrorismin vastaisessa viestinnässä tulisi keskittyä. (Emt. 358.)

Colas (2016) puolestaan kirjoittaa, ettei Dabiqia ole suunnattu ainoastaan jäsenten rekrytointiin tai väkivallan lietsomiseen länsimaissa. Colas esittää, että Dabiqin pääasiallisena kohteena ovat englantia puhuvat, toisen sukupolven muslimit tai muslimiksi kääntyneet. Näiden lisäksi Colas kirjoittaa Dabiqin olevan suunnattu myös Isisin nykyisille ja tuleville kannattajille, jotka eivät vielä virallisesti ole terroristijärjestön jäseniä. Colas kysyy

artikkelissaan, onko se outoa, että Isis kohdistaa e-lehtensä myös näille järjestöön varsinaisesti kuulumattomille. Näin toimiessaan Isis paljastaa organisatorisen heikkouden ja vieläpä englanniksi. (Colas 2016, 173.) Colasin aineistona on 14 Dabiqia kokonaisuudessaan - mukaan lukien myös lehtien kansikuvat. Hän analysoi lehdet sisällönanalyysin avulla. (Emt. 175-177.)

Droogan ja Peattie ovat tutkineet Dabiqin kerronnallisia teemoja ja sitä, miten teemat ovat muuttuneet Dabiqin ilmestymisen aikana. Tutkimuksen kohteena on Dabiqin 13 julkaisua ja metodina temaattinen verkostanalyysi. Tutkijat keskittyivät lehden otsikoihin sekä tekstiosioihin: esseisiin, näkökulmiin, haastatteluihin sekä raportteihin taistelukentiltä. Tutkimusta ei laajennettu Dabiqin kuviin. (Droogan & Peattie 2017, 594.)

Heck (2017) on tutkimuksessaan keskittynyt Dabiqin kahteen artikkeliin, joissa Isis perustelee legitimitettiään sekä oikeutustaan toteuttaa Brysselin terrori-isku. Heck pyrkii tutkimuksellaan hahmottamaan Isisin identiteettiä narratiivisen analyysin avulla ja esittelee artikkelissa terroristijärjestöllä olevan kolme päänarratiivia. Ensimmäisen narratiivin mukaan länsimaaailma on alistanut muslimit ja Isis on perustanut kalifaatin taistellakseen tätä sortoa vastaan. Muslimit esitetään uhreina ja tämän vuoksi heillä on oikeus puolustaa itseään. Toisen narratiivin mukaan Isisillä on yksinoikeus edustaa islamia ja tämän totalitaarisen identiteetin kautta se jakaa maailman "oikeisiin muslimeihin", jotka vastaavat kalifaatin kutsuun ja "muihin", vääräuskoisiin, joiden kohtalona on kuolema, mikäli he eivät suostu taipumaan kalifaatin vallan alle. Kolmannen narratiivin Heck kirjoittaa liittyvän läheisesti toiseen kerronnalliseen teemaan: Isis pyrkii maailmanlaajuiseen dominanssiin ja sunnimuslimien ylivaltaan. (Heck 2017 Abstrakti.)

Isisin Dabiq-verkkajulkaisuun on tutustunut myös Tulkki (2016) pro gradu -tutkielmassaan *Sukupuolen rakentuminen Isisin propagandajulkaisuissa*. Tulkki pyrkii feministisen kriittisen diskurssianalyysin keinoin paljastamaan sukupuolen tuottamisen käytäntöjä Dabiq-lehdessä. (Tulkki 2016, 2.) Kirjoittajan aineisto koostuu kahdestatoista lehdestä, joista hän tarkastelee niiden tekstiosia (Emt. 28).

Eräs tutkijajoukko on tarkastellut kaikkien julkaistujen Rumiyaahien tekstiosiot sisällönanalyysin avulla tarkoituksenaan tunnistaa, millaisia motiiveja radikalisoitumiselle

lehdessä tuotetaan. Tutkijat myös vertaavat, miten Rumiyahissa käytetyt radikalisoimisen keinot poikkeavat Dabiqissa käytetyistä. (Bröckling, Fritsch, Haider & Yalman 2018, 243.)

Dabiqia tai Rumiyahia ei esitellyssä aiemmassa tutkimuksessa ole analysoitu semioottisen kuva-analyysin keinoin, etenkin kotimaisessa kontekstissa. Tämä tutkielma paikkaa tutkimusaukkoa ja tuo semiotiikan näkökulman Isisin propagandalehtien tarkasteluun.

2.2. Isisin tausta

Tässä kappaleessa tutustutaan Isisin juuriin ja ryhmän vaiheisiin. Tutkielmassa ryhmästä käytetään nimitystä Isis, sillä tuolla nimellä se tuli kansainvälisesti tunnetuksi.

Isisin juuret ovat lähtöisin irakilaisesta jihadistien ryhmästä nimeltään Jama'at al-Tawhid wa al-Jihad, Monoteismin (yksijumalaisuus) ja Jihadin puolue (Spencer 2015,1). Arabian kielen sana *jihad* tarkoittaa kamppailua ja taistelua. Käsitteellä jihad voidaan viitata monenlaiseen toimintaan, hengellisestä kamppailusta aseelliseen konfliktiin. (Stern & Berger 2015, Sanasto XI.)

Monoteismin ja Jihadin puolueen perusti vuonna 1999 muslimi nimeltä Abu Musab al-Zarqawi. Ensikosketuksensa jihadiin Jordaniassa syntynyt Zarqawi sai taistellessaan Neuvostoliittoa vastaan Afganistanissa 1980-luvulla. Zarqawi piti sodan aikaista jihadistien liikehdintää vähäisenä ja vuonna 1992, palattuaan kotimaahansa Jordaniaan, hän perusti liikkeen nimeltä Jund-al-Sham, Levantin sotilaat. Liike edelsi Monoteismin ja Jihadin puoluetta. Ryhmän tarkoituksena oli syrjäyttää Jordanian sekulaari hallitus ja muodostaa valtion alueelle islamilainen valtio. Suunnitelma keskeytyi Zarqawin saadessa pitkän rikostuomion aseiden hallussapidosta. (Spencer 2015, 1–2.)

Vankilassa Zarqawista tuli vangittujen muslimien johtaja, joka oli omistautunut kannattajilleen. Vuonna 1999, Jordanian kuningas Abdullah armahti joukon vankeja, mukaan lukien Zarqawin. Pian vapautumisen jälkeen, Zarqawi osallistui "*Millennium Juoni*"-nimiseen suunnitelmaan, jonka pyrkimyksenä oli toteuttaa pommi-isku jordanialaisessa luksushotellissa sekä muissa turistien kansoittamissa kohteissa. Juoni onnistuttiin estämään ja Zarqawi pakeni Pakistanin kautta Afganistaniin, missä hän tapasi terroristiryhmä al-Qaeda johtajan, Osama bin Ladenin. Bin Laden päätyi rahoittamaan Zarqawin johtamaa

jihadistien leiriä, jossa Zarqawi koulutti Jordaniasta, Syyriasta, Palestiinan alueelta sekä Euroopasta tulleita taistelijoita. (Spencer 2015, 2–3.)

Yhdysvalloissa 11.9.2001 tapahtuneen terrori-iskun jälkeen Zarqawi siirtyi Afganistanista Iraniin. Näihin aikoihin kahdeksan jihadistia Saksassa jäi kiinni terrori-iskun suunnittelemisesta ja tämän paljastuttua Iranissa, Zarqawi tuli karkotetuksi maasta. Tällä kertaa Zarqawi siirtyi Irakiin. Siellä hän koulutti joukkojaan Yhdysvaltojen vastaista sotaan varten. Zarqawi uumoili, että Yhdysvaltojen isku Irakiin oli väistämätön. Zarqawi asettui jihad-liikkeen johtajaksi ja oppaaksi ympäri maailman Irakiin saapuville jihadisteille. Tässä vaiheessa Zarqawi nousi kansainvälisesti tunnetuksi. Zarqawi oli tiedotusvälineiden avulla tapahtuvan pyhän sodan pioneeri, jonka vuoksi Isisistä tuli myöhemmin pelätty ja vihattu. Zarqawi itse oli vastuussa ensimmäisestä internetissä levinneestä mestausvideosta, jolla amerikkalainen panttivanki, James Berg, sai surmansa vuonna 2004. Video herätti lännen huomion. Kyseisenä vuonna Zarqawin kuuluisuus oli huipussaan ja hän vannoi uskollisuutta Osama bin Ladenille ja uudelleen nimesi ryhmänsä. Tällä kertaa ryhmän nimeksi tuli al-Qaeda in the Land of Two Rivers, mutta pian se lyheni nimeen al-Qaeda in Iraq. Zarqawi vannoi lojaaliteettia al-Qaedalle, mikä alleviivasi muslimien yhteenkuuluvuuden tärkeyttä. Muslimien yhtenäisyydestä tuli merkittävä prioriteetti myöhemmin myös Isisille. (Spencer 2015, 3–4.)

Zarqawi kuoli Yhdysvaltojen ilmaiskussa vuonna 2006. Tämä ei kuitenkaan vaikuttanut hänen joukkojensa hajaantumiseen. Spencer kirjoittaa, etteivät jihadistiryhmät tarvitse karismaattista johtajaa, sillä ne ovat vahvasti ideologian ohjaamia. Lokakuussa 2006 ryhmä vaihtoi taas nimensä ja siitä tuli Islamic State of Iraq. Ryhmä häiritsi Irakissa olevia amerikkalaisia joukkoja. Vuonna 2011 presidentti Barack Obama ilmoitti sodan Irakissa päättyneen, mutta jihadistien mielestä sota ei ollut ohi ja Irakista vetäytymisen sijasta jihadistit laajensivat aluettaan. Syyriassa kansaa oli noussut diktaattori Bashar al-Assadia vastaan ja jihadistit käyttivät maan heikentynyttä poliittista tilannetta hyväkseen ja valloittivat alueita Syyriasta. Laajentumisen myötä ryhmä vaihtoi vuonna 2013 nimekseen Isis (the Islamic State of Iraq and Syria). Sekä Syyrian al-Assad että Irakin hallitus olivat liian heikkoja pysäyttämään Isisin. (Spencer 2015, 5–6.)

Vuoden 2014 alussa al-Qaeda yritti saada Isisin kontrolliin. Bin Laden oli tapettu ja hänen seuraajansa, Ayman al-Zawahiri, vaati, että Isisin tulisi vetäytyä syrjään ja luovuttaa alueensa Syyriassa maassa toimivalle al-Qaedan sisarryhmälle, Jabbat al-Nusralle. Isis ei taipunut pyyntöön, minkä seurauksena al-Qaeda julisti irtautumisen Isisin toiminnasta. Yhdysvaltojen silloinen puolustusministeri, John Kerry, arvioi Isisin olevan al-Qaedaakin radikaalimpi. (Spencer 2015, 6–7.)

Ero al-Qaedasta ei hidastanut Isisiä. Kesäkuussa 2014 internetissä levisi kuvia, joissa Isisin joukot hajottavat puskutraktorilla Syyrian ja Irakin välistä rajaa. Isis ilmoitti rajan olevan keinotekoinen lännen tuotos ja symboli ei-muslimien harjoittamalle muslimien sorrolle. Rajan rikkomisen taustalla oli Isisin ajatus siitä, että muslimien kautta maailman tulisi yhdistyä yhden valtion, kalifaatin, ja yhden hallitsijan, kalifin, taakse. Isis julistautui kalifaatiksi ja nimesi itsensä uudelleen jälleen kerran. Nimeksi tuli Islamilainen valtio. Se ilmoitti edustavansa kaikkien muslimien yhteistä hallitusta ja vaati muslimeilta uskollisuutta. Kalifaatiksi julistautuminen oli Islamilaisen valtion jäsenten mukaan paluu islamin muinaisen kukoistuksen aikaan. (Spencer 2015, 9–10.)

Kuka sitten oli kalifiksi julistautunut henkilö, Isisin johtaja Zarqawin jälkeen? Ryhmää johti vuodesta 2010 lähtien Abu Bakr al-Baghdadi. Hänen tiedetään kasvaneen pappisperheessä ja suorittaneen islamilaisen lain tutkinnon Baghdadin islamilaisessa yliopistossa. Muutoin al-Baghdadin persoona on salamyhkäisyyden peitossa, eikä mitään, mitä hänestä on raportoitu, voida julistaa todeksi. Yhdysvalloille al-Baghdadi ei ollut täysin tuntematon ennen kalifiksi julistautumistaan. Amerikkalaisjoukot pidättivät al-Baghdadin ja hänet vietiin vankeuteen Yhdysvaltojen ylläpitämään vankileiriin, Camp Buccaan. (Spencer 2015, 10.)

Vuoden 2004 pidätyksen yhteydessä al-Baghdadia ei kuitenkaan pidätetty terroristina, vaan sen vuoksi, että hänen katsottiin olevan turvallisuusuhka valtiolle. Tällaisella henkilöllä on yhteyksiä jihadisteihin, mutta hän ei kuitenkaan ole osallistunut varsinaiseen terroritoimintaan. Camp Bucca oli Yhdysvaltojen vankileiri, jonne Abu Ghraibin vangit siirrettiin Abu Ghraibissa tapahtuneen skandaalin jälkeen. (Spencer 2015, 11.) Abu Ghraib oli pahamaineinen vankila, joka sijaitsi 20 kilometriä länteen Irakin Bagdadista. Amerikkalaiset vanginvartijat syyllistyivät Abu Ghraibin vankien kiduttamiseen. (The New Yorker 2004.) Camp Bucca tarjosi al-Baghdadille verkostoitumismahdollisuuksia. Hän oli

luontainen johtaja ja amerikkalaisten vartijoiden mielestä suorastaan mallivanki. Al-Baghdadin annettiin kulkea rakennusten välillä vapaasti. (Spencer 2015, 11.)

Baghdadi lähti Camp Buccasta suorasanaisena jihadistina ja hän liittyi välittömästi ISIn riveihin. Yhdysvaltojen ja Irakin yhdessä toteuttama ilmaisku tappoi ISIn seniorijohdon. Johtajuuden ollessa sekasorron partaalla, ISI etsi hallitsijaa, jolla oli uskonnollista auktoriteettia sekä näyttöjä strategisesta menestyksestä. Abu Bakr al-Baghdadi täytti nämä kriteerit. (Stern & Berger 2015, 37.)

Samoihin aikoihin Arabikevään protestit alkoivat Tunisiassa joulukuussa 2010 ja sieltä levottomuudet levisivät muihin valtioihin. Joulukuuhun 2013 mennessä valta oli vaihtunut Tunisiassa, Egyptissä (kahdesti), Libyassa ja Jemenissä. Kansannousuja tapahtui Bahrainissa sekä Syyriassa ja Algeriassa, Irakissa, Jordaniassa, Kuwaitissa ja Saudi-Arabiassa oli laajoja protesteja. Eriarvoisuus, korruptio ja turhautuneisuus pitkään vallassa olleiden diktaattorien suorittamiin vääryyksiin toimivat polttoaineena Arabikevään liikehdinnälle. (Stern & Berger 2015, 39.)

Jihadistit saivat uutta virtaa Islamilaisen valtion muodostumisesta. Kalifaatin uudelleen perustaminen oli ollut useiden jihadistien, mukaan lukien al-Qaedan pyrkimyksenä. Bin Ladenin seuraaja Ayman al-Zawahiri kirjoitti vuonna 2005 al-Baghdadille, että islamin todellinen voitto toteutuu vain, jos muslimivaltio perustetaan. (Stern & Berger 2015, 12.) Zawahiri ohjeisti Zarqawia, miten unelma kalifaatista toteutetaan. Ensinnäkin, amerikkalaiset tuli karkottaa Irakista. Toinen vaihe oli se, minkä ISIS onnistui toteuttamaan yhdeksän vuotta myöhemmin, vuonna 2014: Islamilaisen valtion perustaminen. (Spencer 2015, 12–13.)

2.3. Propagandan käsite

Isisin vaiheista siirrymme tutkielman tärkeään käsitteeseen, propagandaan, ja siihen, mitä käsitteellä tarkoitetaan. Propaganda on kommunikaatiomuoto, jonka kautta propagandan lähettäjä haluaa saavuttaa tietyn reaktion propagandan vastaanottajassa. Propaganda, sen neutraaleimmassa merkityksessä, tarkoittaa tiettyjen ideoiden levittämistä ja mainostamista. Sana on peräisin latinasta: "*to propagate, levittää*" tai "*to sow, kylvää*". Propagandaan

liitetään läheisesti suostuttelun käsite. Suostuttelu poikkeaa propagandasta niin, että se on vastavuoroista ja pyrkii tyydyttämään sekä suostuttelijan että suostuteltavan tarpeet. (Jowett & O'Donnell 2006, 1–2.)

Kautta historian, vallanpitäjät ovat pyrkineet vaikuttamaan hallittaviin laittamalla kuvansa kolikoihin, patsaisiin, rakennuksiin ja muihin taidemuotoihin (Tal & Gordon 2016, 182). Propagandan juuret ulottuvat 1600-luvulle. Vuonna 1622 Vatikaani perusti pyhän seurakunnan, jonka tehtävänä oli roomalaiskatolisen uskon levittäminen sekä protestantismin vastustaminen. Pyhällä seurakunnalla oli siten tietty intentio ja propaganda käsitteenä menetti neutraaliutensa. Myöhemmässä käytössä sanan katsottiin olevan halventava. Kun viesti identifioidaan propagandaksi, vihjaa se johonkin negatiiviseen ja epärehelliseen. (Jowett & O'Donnell 2006, 2.)

Propagandan käyttö lisääntyi 1700- ja 1800-luvuilla, kyseisten vuosisatojen ideologisen kriisin aikana, Amerikan vallankumoussodassa 1775-1783 sekä Ranskan vallankumoussodassa vuosina 1792-1802. Sanaa propaganda käytettiin harvoin englannin kielellä ennen ensimmäistä maailmansotaa. 1920- ja 1930-luvuilla radiota ja elokuvaa käytettiin propagandan levittämiseen uusissa hallinnoissa: Neuvostoliitossa, fasistisessa Italiassa sekä natsi-Saksassa. Televisio taas tarjosi 1950-luvulta lähtien uusia mahdollisuuksia niille, jotka halusivat kontrolloida mieliä. (Tal & Gordon 2016, 182–183.)

Sanoja, joita on käytetty synonyymeinä propagandalle ovat *valhe*, *vääristely*, *petos*, *manipulointi*, *mielenhallinta*, *psykologinen sodankäynti*, *aivopesu* sekä *neuvottelu*. Uudempia propagandaan viittaavia sanoja ovat *spin* ja *news management*. Näillä kahdella viimeksi mainitulla käsitteellä viitataan strategiaan, joka on luotu negatiivisen informaation leviämisen minimoimiseksi: viesti, joka voisi olla vahingollinen lähettäjälleen, esitetään sen suosiollisemmassa muodossa. (Jowett & O'Donnell 2006, 2–3.)

Termi *spin* on käytössä, kun halutaan viitata poliittisen tiedon manipulointiin. Nimitystä *spin doctor* saatetaan käyttää esimerkiksi lehdistösihteeristä tai pr-päälliköstä, sillä he yrittävät ikään kuin pestä uutisia. Sen lisäksi, että propaganda mielletään epäeettiseksi, vahingolliseksi ja epäreiluksi taktiikaksi, käsite voidaan määritellä myös järjestetyksi suostutteluksi. (Emt. 3.)

Kun keskitytään propagandan tarkoitukseen, termi assosioidaan kontrolliin. Propaganda nähdään harkittuna yrityksenä muuttaa tai säilyttää se voimatasapaino, joka on propagandan lähettäjälle suosiollinen. Tämän harkitun yrityksen taustalla on selkeä institutionaalinen ideologia sekä tavoite. Propagandan tarkoitus on lähettää vastaanottajilleen ideologinen viesti, johon on liitetty propagandistin tavoite. (Emt. 3.)

Jowett ja O'Donnell itse määrittelevät propagandan harkituksi, systemaattiseksi yritykseksi muokata mielipideitä, manipuloida tietoa ja suunnata vastaanottajien käyttäytymistä niin, että saavutetaan toivottu reaktio (Emt. 7).

Propagandan tavoitteena on pyrkiä luomaan tietyssä yleisössä tietty tila. Tämä tila voi olla havainnollinen (*perceptual*), kognitiivinen (*cognitive*) tai käyttäytymiseen liittyvä (*behavioral*). Toivottu tila voi olla myös kaikkien edellä mainittujen yhdistelmä. Ensimmäiseen eli havainnolliseen tilaan pyritään vaikuttamaan kielen ja kuvien avulla. Tämän vuoksi sloganeita, julisteita ja symboleita tuotetaan paljon sodan aikana. Siihen, miten yksilö näitä havainnoi, vaikuttavat arvot, roolit, normit sekä minäkuva. Propagandistit ymmärtävät, että menneet kokemukset ja niiden kulttuuri- ja kontekstisidonnaisuus vaikuttavat kielestä ja kuvista muodostamiimme merkityksiin. (Jowett & O'Donnell 2006, 8–9.)

Toisekseen, propagandan lähettäjät pyrkivät vaikuttamaan kognitioihin. Uskomusten nähdään muodostuvan sen kautta, miten yksilö luottaa järkeensä. Asenteiden ja näkemysten muodostuminen ei tapahdu tyhjiössä, vaan niiden rakentuminen on monimutkainen, henkilökohtainen prosessi, johon yksilön arvot ja tunteet vaikuttavat. (Emt. 12.) Chicagon yliopiston apulaisprofessori Harold Lasswell pohti jo vuonna 1927 teoksessaan *Propaganda Technique in the World War*, että taitava propagandisti osaa ohjailla ihmisiä hyödyntämällä heidän psykologisia jännitystilojaan, kuten tyytymättömyyttä ja levottomuutta (Pörsti 2017, 26-27).

Kolmantena, propagandalla pyritään vaikuttamaan toimintaan. Persianlahden sodassa vuonna 1991, amerikkalaiset joukot pudottivat Irakiin 29 miljoonaa propagandalehtistä, joiden tarkoituksena oli houkutella irakilaisia sotilaita loikkaamaan Yhdysvaltojen puolelle. Vuoden 2003 Irakin sodassa, sama taktiikka oli käytössä ja tällä kertaa lehtisissä viestittiin irakilaiskapinallisille ja heitä kehoitettiin ajattelemaan lapsiaan ja palaamaan taistelukentiltä kotiin heidän luokseen. (Jowett & O'Donnell 2006, 13.)

Propagandan tarkoituksena on saavuttaa propagandan yleisössä sellainen vastaanotto, joka edesauttaa propagandan lähettäjän tarkoitusta, yleisö vastaanottaa propagandan sen lähettäjän toivomalla tavalla. Propagandan lähettäjä hyötyy tavoitteena olleesta reaktiosta, eikä propagandan kohde, vaikka tämä taho saattaakin kuvitella propagandistin ajattelevan vastaanottajien parasta. Propagandistien motiivit ovat itsekkäitä, mutta tämä ei välttämättä ole negatiivinen asia. Se riippuu siitä, kenen ideologiaa tuetaan. (Emt. 14.)

Pörsti kirjoittaa, että propaganda vastaa ainakin yhteen vastaanottajien tarpeeseen: tulla lumotuksi. Hän jatkaa, että propaganda tulee aina ymmärtää osana aikansa yhteiskunnallista kontekstia. Taitava propagandisti muokkaa menetelmänsä kuulijoiden odotusten mukaisesti niin, etteivät nämä huomaa tulleen vedätetyiksi. Pörstin mukaan olemme alttiita omaksumaan sellaisen propagandan, joka vahvistaa omaa identiteettiämme sekä sosiaalista asemaamme. (Pörsti 2017, 127.)

Ranskalainen sosiologi Jacques Ellul (1912-1994) näki propagandan olevan teknologisen massayhteiskunnan ilmiö. Teollistuneesta maailmasta puuttuvat pienyhteisöt, joihin yksilö aiemmin kuului. Enää ei tukeuduta sukuun, seurakuntaan tai kyläyhteisöön, vaan teknistyneessä maailmassa ihminen on yksin. Ihminen kärsii yksinäisyydestä ja passiivisesta olotilasta ja on siten alttiimpi ulkoisille vaikutteille. Tähän propagandan teho perustuu. Propaganda täyttää yksilön tyhjyyden tunteen ja vetoaa ihmisen tarpeeseen olla osa voimakasta kollektiivia. (Pörsti 2017, 159.) Propagandisti hyödyntää jo olemassa olevia käsityksiä, stereotypioita ja uskomuksia. Ihmismielelle luontainen tapa ymmärtää maailmaa on rakentaa yksittäisistä tapahtumista kertomuksia. Propaganda perustuu tällaisten yksinkertaistettujen kertomusten levittämiseen. (Emt. 162.)

2.3.1. Propagandan muotoja

Propaganda voidaan jaotella kahteen luokkaan: agitoivaan tai integroivaan propagandaan. Agitoivalla propagandalla tarkoitetaan sitä, että propaganda onnistuu tavoitteessaan ja sen vastaanottajissa tapahtuu tietty muutos. Integroivalla propagandalla taas vastaanottajien toivotaan tulevan passiiviksi ja hyväksyviksi. Propaganda voidaan jaotella myös kolmeen kategoriaan, valkoiseen, harmaaseen ja mustaan propagandaan. Valkoisella propagandalla tarkoitetaan sitä, että propagandan lähde on tunnistettavissa ja lähetetty viesti pitää paikkaansa. Propagandan lähettäjällä on niin sanotusti hyvät aikeet, parhaat ideat ja paras

ideologia. Valkoinen propaganda rakentaa luottamusta yleisössä. (Jowett & O'Donnell 2006, 16.)

Musta propaganda on sellaista, ettei sen lähettäjää tunnisteta, tai lähettäjä toimii valheellisen identiteetin turvin. Musta propaganda perustuu valheisiin, petokseen ja harhauttamiseen. Kaikki mahdolliset juonittelun muodot on otettu mustassa propagandassa käyttöön. (Emt. 17.)

Propagandan muodoista musta on se, joka saa eniten huomiota paljastuttuaan. Mustan propagandan menestys riippuu vastaanottajan halusta hyväksyä propagandan sisältö ja lähteen luotettavuus. Jos lähettäjä ei ymmärrä, millainen kohdeyleisö on ja lähettää viestin, joka ei istu kohdeyleisöön, näyttäytyy propaganda tuolloin epäilyttävänä ja se ei saavuta tarkoitettua vastaanottoa. Propagandan lähettäjän tulee tuntea kohdeyleisön sosiaalinen, kulttuurinen sekä poliittinen viitekehys. (Jowett & O'Donnell 2006, 19.)

Harmaa propaganda sijoittuu valkoisen ja mustan propagandan välimaastoon. Siinä lähde saatetaan tunnistaa, tai sitten ei. Informaation paikkaansa pitävyys ei ole varmaa harmaassa propagandassa. Harmaan propagandan lähettäjiä voivat olla hallitukset, yritykset, jotka vääristelevät vuosiraporttejaan, mainokset, jotka lupaavat tuotteesta liikaa, elokuvat, jotka on tehty pelkästään tuotesijoittelua varten. (Emt. 20.)

Käsite, jolla propagandaa voi myös kuvailla, on disinformaatio. Sen katsotaan olevan mustaa propagandaa, koska se on peiteltyä, salaista ja sananmukaisesti väärää tietoa, joka kohdistetaan yksilöön, ryhmään tai valtioon. (Jowett & O'Donnell 2006, 21-22.) Seuraavassa osiossa tulen esittelemään erilaisia propagandatekniikoita. Hyödynnän niitä myöhemmin analyysiosiossa ja pyrin tunnistamaan, mitä propagandatekniikoita Isis Dabiq- sekä Rumiyah-verkkojulkaisuissaan käyttää.

2.3.2. Propagandatekniikoita

Yhdysvalloissa vuosina 1937-1942 toiminut Institute for Propaganda Analysis määritteli propagandan ”yksilöiden tai ryhmien mielipiteiden ilmaisuksi tai suunnitelluksi toiminnaksi, jolla vaikutetaan muiden yksilöiden tai ryhmien mielipiteisiin tai toimintaan psykologisen manipulaation keinoin omien tavoitteiden ajamiseksi”. Tällä määritelmällä instituutti tarkensi, että sanojen ohella myös teot voivat olla propagandaa. Instituutti laati yhteistyössä koulujen

kanssa vuonna 1937 seitsemän kohdan listan, jota opettajat voisivat hyödyntää opetuksessa propagandan tunnistamiseksi. Lista kokoaa klassisia keinoja, joita esitellään yhä monissa propagandan oppikirjoissa. (Pörsti 2017, 125.) Tässä kappaleessa esittelen instituutin muotoilemat seitsemän propagandatekniikkaa. Koin, että seitsemän tekniikkaa on vähän ja monipuolisemman analyysin saamiseksi täydensin tekniikoita vielä kolmella, joiden ajattelin sopivan Isisin kansikuvapropagandan analysointiin.

Nimittely (engl. name calling)

Nimittelyn tekniikalla jokin ajatus tai ryhmä tuomitaan leimaamalla se kielteisesti ilman tosiasioden arviointia. Vastustajia nimitetään esimerkiksi ”valehtelijoiksi” tai ”syöpäläisiksi”. (Pörsti 2017, 126.) Johdonmukaisena toimintana se valkoiseen propagandaan sijoittuvan suoran nimittelyn lisäksi hyödyntää sumeampia menettelytapoja, kuten ironiaa ja huumorin eri muotoja, pilapiirroksia, televisioanimaatiosarjoja, naurettavaksi tekemistä jne. (Tiilikainen 2015, 170.) Tiilikainen kirjoittaa, että poliittisten pilapiirrosten raja ylitettiin vuoden 2015 Charlie Hebdon tapauksessa, kuten islamistien reaktiot osoittavat (Emt. 170).

Ylevät sanat (engl. glittering generalities)

Tällä herätetään myönteisiä tunteita jotain asiaa kohtaan liittämällä siihen hyveitä, kuten, ”oikeus”, ”totuus” tai ”demokratia”, ilman tosiasioden arviointia (Pörsti 2017, 126). Tekniikka, jossa käytetään eri vastaanottajille mahdollisesti erilaisen, mutta tärkeän arvolatauksen sisältäviä ja merkitykseltään positiivisia, hienolta kuulostavia sanoja, jotka hyväksytään ilman punnintaa ja joiden varjolla voidaan ujuttaa jotain muuta vastaanottajan mieleen. Sotapropagandassa ”vapaus”, ”isänmaa” sekä ”aseveli” ovat tärkeitä sanoja. Tässä propagandakeinossa on kysymys määrätietoisesta pyrkimyksestä piilossa pidettyyn päämäärään. (Tiilikainen 2015, 165.)

Siirräntä (engl. transfer)

Propagandisti voi siirtää yleisönsä arvostaman auktoriteetin alitajuisesti johonkin, jonka hän haluaa yleisönsä hyväksyvän. Tällainen voi olla esimerkiksi uskonto tai kansakunta ja sitä voi edustaa jokin tunteita herättävä symboli, kuten risti tai lippu. Pörsti kirjoittaa, että siirräntän avulla hankitaan jollekin asialle hyväksyntä liittämällä siihen arvovaltaa ja arvostusta jostakin toisesta asiasta. Tai päinvastoin: jokin asia hylätään liittämällä siihen halveksuttavia mielle yhtymiä jostakin muualta. (Pörsti 2017, 126.)

Todistus (engl. testimonial)

Tässä propagandatekniikassa houkutellaan arvostettu ihminen puhumaan hyvää jonkin asian, ohjelman, tuotteen tai ihmisen puolesta (Emt. 126). Tekniikka on sukua auktoriteettiin vetoamiselle ja asioita tarkastellaan tyytyväisten käyttäjien näkökulmasta, yleensä kadunmiesten ilmaisuja käyttäen. Propagoitavan asian tai tuotteen, esimerkiksi ravintolisän tai laihdutuslääkkeen käyttäjien kehuja tuotteesta keksitään ja lisätään mainoksiin luotettavuutta vahvistaneen kielivirheineen. Todistus-keinoa käytettäessä sääntönä kuitenkin pidetään sitä, että valehdella ei saa, mutta valita kyllä. Kampanja kääntyy nopeasti itseään vastaan, mikäli valheista jää helposti kiinni. (Tiilikainen 2015, 172.)

Kelkkaan hyppääminen (engl. bandwagon)

Kelkkaan hyppäämisen tekniikalla ihmisiä manipuloidaan vetoamalla ihmisten laumasieluisuuteen. Ihmiset haluavat kuulua enemmistöön eivätkä jäädä ulos ryhmästä. Kelkkaan hyppäämisen käsitteen alkuperä on 1800-luvulla, jolloin poliitikot kulkivat kärryillä soittaen niistä musiikkia houkutellakseen yleisöä paikalle. Poliitikko jakoi ajatuksiaan, kun tarpeeksi suuri joukko oli kerääntynyt hänen kärryjensä ympärille. Muut poliitikot yrittivät saada istumapaikan suosittu poliitikon vaunuista, vaikeivat aina edes jakaneet samoja arvoja tämän kanssa. He halusivat olla osa voittavaa joukkuetta. Modernissa käytössä kelkkaan hyppäämisellä tarkoitetaan mitä tahansa tilannetta, jossa ihmiset liittyvät johonkin

ilmiöön ihan vain sen suosion vuoksi. (Shabo 2008, 18.) Pörsti käyttää kelkkaan hyppäämisestä käsitettä joukkovoima. Tekniikan tarkoituksena on uskotella, että kaikkihan näin toimivat – ainakin kaikki meistä. Jos ihmiset uskovat, että heidän oma viiteryhmänsä on jo jossakin toiminnassa mukana, ovat he alttiimpia lähtemään itsekin mukaan. (Pörsti 2017, 126.)

Kansaan vetoaminen (engl. plain folks)

Puhuja vakuuttaa kuulijansa sillä, että hän tai hänen edustamansa asia edustaa ”kansaa” tai ”tavallisia ihmisiä” (Emt. 126.) Tätä keinoa sovellettaessa propagandisti puhuu vastaanottajien omaa kieltä ja vetoaa maalaisjärkeen. Näennäinen kansanomaisuus on suunniteltu tarkasti, virheitä myöten. Kohteen annetaan havaita pieni, tahallinen virhe ja vastaanottaja on tyytyväinen korjatessaan virheen. Samalla hän saattaa jättää isommat asiat rauhaan. (Tiilikainen 2015, 171.)

Oikeat kortit (engl. card stacking)

Valitaan käyttöön sopiva valikoima tosiasioita ja valheita, loogisia ja epäloogisia perusteluja, kuva-aineistoa ja erilaisia harhautuksia, joiden tavoitteena on antaa mahdollisimman hyvä tai huono kuva jostakin asiasta, toiminnasta, henkilöstä tai tuotteesta (Pörsti 2017, 126). Tieto valikoidaan julkaistavaksi niin, että kokonaisuus osoittaa propagandan tekijän haluamaan suuntaan. Tämä on tiedon vääristelyä, eli disinformaatiota. Tekniikan kehitti huippuunsa Hitlerin propagandaministeri Josef Goebbels, joka oli sitä mieltä, että totuutta tuli muuntaa vain ehdottomasti tarvittava määrä haluttuun lopputulemaan pääsemiseksi. Tiilikainen kirjoittaa, että tämä näkyi esimerkiksi Saksan sodan ajan uutiskatsauksissa, jotka vaikuttavat puolueettomilta amerikkalaisiin verrattuina. (Tiilikainen 2015, 176.)

Väite, vakuuttaminen (engl. assertion)

Yksi propagandan muoto on väite tai vakuuttaminen. Huolimatta siitä, että se on yksinkertainen propagandakeino, se on yllättävän tehokas. Sen tarkoitus on yksinkertaisesti esittää väite tai idea faktana, ilman selitystä tai pätevyyttä. Väitteet nojautuvat siihen lähtökohtaan, että ihmiset haluavat uskoa siihen mitä heille kerrotaan. Ihmiset ovat herkkäuskoisia etenkin, jos väite on sellainen, että ihmiset haluavat sen olevan totta. (Shabo 2008, 11.)

Kun näemme yksinkertaisen väitteen, omaksumme sen jollain tasolla. Kun väite on omaksuttu, on taistelu lukijan huomiosta jo voitettu. Väite tarjoaa helpon ja nopean pääsyn ihmisen mieleen. Väite voi sisältää myös kehotuksen toimintaan. (Shabo 2008, 12-14.) Väitteeseen kuuluu usein neljä propagandan piirrettä. Ensimmäinen on se, että väitteellä on suostutteleva funktio (engl. persuasive function) ja toiseksi väite tavoittelee suurta kohdeyleisöä. Kolmantena piirteenä väite esittää jonkun tietyn ryhmän agendan. Neljäntenä väite pyrkii vetoamaan tunteisiin. (Emt. 15.)

Väärä dilemma / vastakkainasettelu (engl. false dilemma)

Hyvin yleinen propagandistien käyttämä työkalu on väärä dilemma. Tätä kutsutaan myös monella muulla nimellä, kuten mustavalkoajattelu, väärä dikotomia tai väärä valinta. On olemassa pieni määrä vaihtoehtoja, joista vain yksi on se oikea. Esimerkiksi on vain yksi ryhmä, joka tulee pelastamaan maan, toinen tulee tuhoamaan sen. Todellisuudessa on olemassa useita vaihtoehtoja, jotka vain jätetään mainitsematta. (Shabo 2008, 36.)

On monenlaisia tapoja esittää väärä dilemma, mutta yleisin metodi on esittää yksi syy tai yksi piirre. Propagandistin näkemys esitetään positiivisessa valossa ja kaikki kilpailevat näkemykset esitetään negatiivissävytteisesti. Yksi vaihtoehto esitetään hyvänä, yksi pahana. Tällä tavalla ihminen ikään kuin vakuutetaan valitsemaan hyvä vaihtoehto, vaikka vaihtoehdon toimivuudelle ei olisikaan minkäänlaisia loogisia perusteluja. Esimerkkinä vastakkainasettelu: olet joko liittolainen tai muutoin olet vihollinen. (Shabo 2008, 37.)

Pelko (engl. fear)

Propagandisti voi maalailia pelottavia uhkakuvia ja väittää, että katastrofi seuraa, jos hänen ohjeitaan ei noudateta. Pelottelussa oleellista on se, että yksilölle esitetään uhan lisäksi keino torjua se. (Wikipedia <https://fi.wikipedia.org/wiki/Propaganda#Pelko>.) Tiilikainen kirjoittaa kauhupropagandasta ja kertoo esimerkkinä, että vihollisen mustamaalaaminen hirmutöiden tekijäksi vertavaluvin julistein oli ahkerassa käytössä ensimmäisessä maailmansodassa, kunnes siitä luovuttiin sen vaikuttaessa pelottelupropagandan tavoin omiin joukkoihin. Tiilikainen pohtii milloin Lähi-Idässä pelottelua ja kauhupropagandaa esimerkiksi YouTubessa harjoittavat aseelliset ryhmittymät huomaavat sen kimmokkeiden osuvan itseensä. (Tiilikainen 2015, 184.)

Edellä esittelin erilaisia propagandatekniikoita. Propagandan voima perustuu piilomerkityksiin ja mielikuviin. Miten propagandaan liitettyjä merkityksiä voidaan tutkia? Yhden merkityksen purkamiseen soveltuvan keinon tarjoaa semioottinen kuva-analyysi, joka tarjoaa työkaluja kuvallisten viestien tulkintaan. Semioottista kuva-analyysia voidaan käyttää myös propagandan tunnistamiseen. Seuraavassa esittelen, mitä semiotiikka tieteenalana tutkii.

2.4. Semiotiikka

Semioottinen teoria, jota nimitetään myös semiologiaksi, kehitettiin alun perin puheen ja kirjoitetun kielen tutkimuksen työkaluksi, mutta sitä on sovellettu kuvantutkimukseen jo lähes puoli vuosisataa. Tieteellisenä menetelmänä semiotiikka tarjoaa tarkkaan määritellyn käsitteistön ja analyysimallin, jonka avulla kuvan merkkiluonne on mahdollista purkaa osatekijöihinsä ja suhteuttaa laajempaan kulttuuriseen kokonaisuuteen. Saman asian voisi ilmaista toteamalla, että semiotiikka tutkii kuvaa kielen kaltaisena merkkijärjestelmänä. (Seppä 2012, 128.)

Merkkien ja merkityksen problematiikkaa pohdittiin jo antiikin Kreikassa. Jos tieteenalan tunnusmerkkeinä pidetään sitä, että uusi tiedon alue, tutkimuskohde ja ainakin muutama käsite on määritelty, niin semiotiikka tieteenä syntyi varsinaisesti vasta uudella ajalla. Filosofin John Locke jakoi kaiken inhimillisen tietämyksen kolmeen osaan: fysiikkaan,

pragmatiikkaan sekä semiotiikkaan. Viimeksi mainitun tehtäväksi Locke asetti tutkia merkkejä, joita mieli käyttää asioiden ymmärtämiseen tai siirtääkseen tietoja toisille ihmisille. Semiotiikalla oli siten historia ennen Ferdinand de Saussurea ja Charles Sanders Peircea, joita pidetään semiotiikan perustajina. Kolmas tärkeä nimi etenkin valokuvatutkimuksen kannalta on Roland Barthes. (Seppänen 2005, 107.) Esittelen seuraavassa Saussuren ja Peircen perinnön semiotiikalle, josta siirryn semioottisen kuvantutkimuksen pioneeriin, Roland Barthesiin.

2.5. Semiotiikan pioneerit Saussure ja Peirce

Semiotiikka kasvoi erilliseksi oppiaineeksi strukturaalisesta lingvistiikasta, jonka merkittävä uranuurtaja itävaltalainen kielitieteilijä Ferdinand de Saussure (1857-1913) oli. Strukturaalinen lähestymistapa näkee kielen systeeminä ja pyrkii paljastamaan kaikki ne säännöt, jotka pitävät järjestelmää pystyssä. (Bauer & Gaskell 2000, 227.) Saussuren keskeiset oivallukset löytyvät hänen kuolemansa jälkeen julkaistusta teoksesta *Cours de Linguistique Generale* (1915). Kirja perustuu luentoihin, joita Saussure piti Geneven yliopistossa vuosina 1906-1911. Saussure oli tuhonnut luentomateriaalinsa ja teos laadittiin etupäässä opiskelijoiden muistiinpanojen pohjalta. Teoksen ensimmäisessä osassa Saussure tuo esiin käsityksensä kielellisestä merkistä (signe). Hän kritisoi sitä, että kielelliset merkit vain nimeävät erilaisia todellisuuden olioita ja asioita. Tällöin esimerkiksi sanan puu merkitys ulkopuolisiin kohteisiin johtuu siitä, että tiedämme sen viittaavan konkreettisiin kielen ulkopuolisiin kohteisiin eli puihin. Saussure oli sitä mieltä, että tämä käsitys oli liian yksinkertainen, koska se ei tee eroa sille, onko olioiden nimi (esimerkiksi ääneen lausuttu sana "puu) luonteeltaan "äänellinen" vai "psykologinen". Se voi olla molempia: materiaallinen ääni ja mielessä oleva mielikuva puusta. Lingvistinen yksikkö on siten kaksiosainen kokonaisuus ja merkki ei yhdistäkään todellisuuden oliota ja sen kielellistä vastinetta vaan käsitteen ja sen materiaalisen äänikuvan. Merkin kahta osaa Saussure kutsuu merkitsijäksi ja merkityksi. (Seppänen 2005, 107-108.)

Esiteltynään teoksessa merkkikäsityksensä Saussure kirjoittaa, että merkitsijän ja merkityn välinen suhde on mielivaltaisen. Tällä Saussure ei viittaa siihen, että merkitykset olisivat sattumanvaraisia, vaan päinvastoin. Kielitieteilijälle kieli on suhteellisen tiukka ja ennalta määritetty rakenne, struktuuri. Saussuren mukaan mielivaltaisuus tarkoittaa tässä tapauksessa sitä, että merkitsijän ja merkityn välillä ei ole minkäänlaista luonnollista

vastaavuutta. Ääneen lausuttu sana "puu" ei ole yhteydessä puun ideaan, mistä selkeän esimerkin antavat juuri eri kielet. Puulle on olemassa monia eri merkitsijöitä (puu, tree, arbre) kielestä riippuen. Merkin mielivaltaisuus ei kuitenkaan tarkoita sitä, että se olisi kielen käyttäjän vapaasti valittavissa. (Seppänen 2005, 108.) Merkitsijän ja merkityn välisen kytköksen suhteellinen tasapaino on Saussuren mukaan kaiken inhimillisen kommunikaation perusta. Kieli muuttuu ajan kuluessa ja uusia merkkejä voi syntyä tai vanhojen merkkien merkitykset muuttua. Yksittäinen ihminen ei voi päättää, että "kuu" tarkoittaa tänään samaa kuin "aurinko". (Emt. 109.)

Toinen klassisen semiotiikan perustajahahmo on C.S. Peirce. Saussuren tavoin Peirce näkee merkissä olevan kaksi osaa. Ensinnäkin merkki edustaa jollekin ihmiselle jotain ja ikään kuin kutsuu jonkun tulkitsemaan itsensä ja luo tämän henkilön mielessä jonkun mielikuvan. Tätä mielikuvaa Peirce kutsuu tulkitsimeksi (interpretant) ja merkin edustamaa asiaa hän kutsuu kohteeksi (object). Vaikka niin saatettaisiinkin kuvitella, Peirce ei tarkoita tulkitsimilla merkin käyttäjää. (Seppänen 2005, 109.) Kyse on aineettomasta käsitteestä, jonka merkki ja sen käyttäjän kokemus merkin kohteesta yhdessä luovat (Fiske 1992, 64). Esimerkiksi sanan valokuva tulkitsein juontuu sen kohteesta (representatio nimeltä valokuva) myös merkin käyttäjän kokemuksista, jotka liittyvät valokuvaan sekä käsitteeseen valokuva. Täten jokaisen käsitteen merkitys sen käyttäjän henkilökohtaisen kokemuksen mukaan. Merkitykset eivät kuitenkaan ole puhtaasti subjektiivisia, vaan sosiaalinen todellisuus, yhteiskunta ja kulttuuri asettavat rajoja merkitykselle. (Seppänen 2005, 109-110.)

Saussuren semiotiikan haaraa kutsutaan strukturaaliseksi, Peircen pragmatismiksi. Saussure oli kiinnostunut analysoimaan kieltä sen rakenteen tai järjestelmän tasolla. Peircen mielenkiinnon kohteena oli taas merkkien käyttö, eli se miten tulkitsein toimii arjessa. (Emt. 110.) Saussuresta ja Peircestä siirrymme Roland Barthesiin. Hän on visuaalisen kulttuurin kannalta keskeinen semiotiikkaa omissa analyyseissään käyttänyt tutkija.

2.6. Roland Barthesin vaikutus semiotiikkaan

Ranskalainen Roland Barthes valittiin vuonna 1961 College de Francen professoriksi ja virkaanastujaispuheessaan hän esitteli aiempia teoreettisia tavoitteitaan. Teksteillään hän

yritti romuttaa porvarillisen yhteiskunnan myyttejä ja paljastaa luonnollisilta vaikuttavien ajatustapojen historiallisuuden. Barthesin mukaan merkkien tiede voisi vauhdittaa yhteiskuntakritiikkiä ja että, Jean-Paul Sartre, Bertolt Brecht sekä Ferdinand de Saussure voisivat edistää tätä tehtävää. Tarkoituksena oli havainnoida, kuinka yhteiskunta tuottaa stereotypioita, joita se sitten kuluttaa kuin synnynnäisiä merkityksiä. (Seppänen 2005, 111.)

Barthes tahtoi tehdä semiotiikasta yhteiskuntakritiikin työkalun. Tämä pyrkimys tiivistyi 1957 julkaistussa *Mytologioita*-teoksessa, jossa Barthes käsittelee kaikkia mahdollisia kulttuurin ilmiöitä lehtivalokuvasta painiin. Valokuvan rooli Barthesin tutkimuksessa on samankaltainen kuin valokuvatutkimuksen asema mediatutkimuksessa. Molemmissa tapauksissa valokuvaa sijoittuu tai on ainakin sijoittunut marginaaliin. Barthes toi esiin, että hänelle tekstejä ovat kirjoitetun tekstin ohella kaikki muutkin kulttuurituotteet. Valokuvasta Barthes lopulta kirjoitti niukasti, mutta hänen vaikutuksensa valokuvatutkimukseen on ollut merkittävä. (Emt. 111.) Yhtenä syynä tähän on ollut se, että Barthes ennakoi visuaalisen kulttuurin merkityksen jo 1950-luvun kirjoituksissa, ennen television aikakautta. Hänen ajatukset ovat jääneet historiaan myös siksi, että hän oli ensimmäisiä, joka liikkui tällä vähän tutkitulla maaperällä. (Seppänen 2015, 112.) Barthes julkaisi vuonna 1961 *Sanoma valokuvassa*-artikkelin, jossa hän esitteli denotaation ja konnotaation käsitteet (Emt. 115). Seuraavassa kappaleessa tutustutaan kyseiseen käsitepariin tarkemmin.

2.7. Barthesin idea denotaatiosta ja konnotaatiosta

Kuvasemiotikka erottaa kuvan tulkinnassa kolme eri tasoa, denotatiivisen, konnotatiivisen ja henkilökohtaisen tason. Kuvan yksityiskohtaisessa sisällönanalyysissä aloitetaan ensin denotaatiolla, mikä tarkoittaa sitä, että kuvan sisältö kuvaillaan mahdollisimman yksityiskohtaisesti. Tämän jälkeen siirrytään konnotatiiviseen vaiheeseen, jolloin etsitään tulkintaa, johon mahdollisimman moni voisi yhtyä. Kolmannessa vaiheessa esitetään kokoava esitys tulkinnan tuloksista. Kuvan denotatiivisella tasolla tarkoitetaan merkitystä, joka on tunnistettavissa kaikissa kulttuureissa. Denotaatio (lat. *denotare*, 'varustaa ydinmerkityksellä') on vaihe, jossa rekisteröidään kaikki, mitä kuvassa on havaittavissa. (Anttila 2006, 379.) Denotaatio on kuvan ilmeinen merkitys. Punainen ruusu tunnistetaan kuvasta punaiseksi ruusuksi. Kuvaan liittyy kuitenkin toinen sanoma. Tätä Barthes kutsuu konnotaatioksi, eli sivumerkitykseksi. Punainen ruusu voi siten olla esimerkiksi

vallankumouksen tai rakkauden symboli. (Seppänen 2005, 116.) Konnotaatio on denotaatioon liittyvä, usein tunnepitoinen näkemys kuvasta. Konnotaatio (lat. *cum notare*, 'varustaa lisämerkityksellä') on kuvan sisällölle annettava tulkinta. Konnotaation ei katsota olevan ainoastaan yksityisiä assosiaatioita, vaan se on kulttuurisidonnaista toimintaa. Konnotaatio riippuu siitä, mitä asiasta tiedetään ja millaisia kokemuksia siitä on. (Anttila 2006, 370.)

2.8. Semiotiikan vahvuuksista ja heikkouksista

Semioottinen kuvantutkimus lähtee yleensä liikkeelle melko suppeasta aineistosta, eikä menetelmä tarjoa juurikaan ohjeita aineiston valintaan (Seppä 2012, 179). Semioottisen lähestymistavan käyttö ei esimerkiksi edellytä, että analyysiin valittujen kuvien tulisi edustaa jotakin laajempaa aineistoa, esimerkiksi suomalaisen kultakauden taidetta. Tämän sijaan semiootikot valitsevat aineiston silmällä pitäen kuvien ajankohtaisuutta ja käsitteellistä kiinnostavuutta sekä aineiston loogista yhtenäisyyttä. Semioottisen kuva-analyysin kriteerit ovat yhtä tulkinnanvaraisia sekä laadullisia kuin aineiston valintakin. Analyysin onnistuvuuden takaa aineiston ja sille osoitettujen kysymysten puhuttelevuus ja sisäinen yhtenäisyys, ei niinkään tutkimustulosten sovellettavuus laajempaan aineistoon. (Emt. 179.)

Kanadalaiset mainonnan tutkijat William Leiss, Stephen Kline sekä Sut Jhelly huomaavat semioottisessa menetelmässä kolme heikkoutta. Ensinnäkin semioottisen tutkimuksen laatu on tutkijoiden mielestä suoraan riippuvainen analysoijan yksilöllisistä taidoista. Näin voidaan toisaalta sanoa mistä tahansa kuvien tulkintamallista. Toiseksi, analyysin tulosten laajempi avaaminen jää usein semioottisessa kuva-analyysissä tekemättä, koska semioottinen menetelmä painottaa tulkitsijan yksilöllistä näkökulmaa. Kolmantena semioottinen analyysimalli ei välttämättä sovellu työkaluksi kaikenlaisten kuvien analyysiin. Tämä pätee tosin varsin moneen, ellei jopa kaikkiin tutkimusmenetelmiin. (Seppä 2012, 179-180.)

Semiotiikka kuitenkin on antoisa kuvan tutkimuksen menetelmä, sillä se tarjoaa välineitä yksityiskohtaiseen kuvan analysointiin ja suhteuttaa nämä havainnot laajaan kulttuuriseen kokonaisuuteen. Parhaimmassa tapauksessa tämä tarkoittaa huolellista ja tarkkanäköistä analyysia sekä kuvan sisältämien kerronnallisten rakenteiden moniulotteista tulkintaa. Lisäksi kuvan tulkitsijan aktiivinen rooli on otettu ansiokkaasti huomioon monien semiootikkojen tutkimuksissa. (Emt. 180.)

3 MENETELMÄ JA AINEISTO

3.1 Semiotiikka kuvan tulkinnan välineenä

Kuvailmaisuus on kieli, jota voi käyttää kommunikointivälineenä. Kuva voi välittää avoimesti faktoja, mielipiteitä tai tunteita, mutta se saattaa sisältää myös kätkeytyjä ja alitajuisia, ideologisia ja psykologisia merkityksiä. Kuvien analysoinnissa tulee ensin määritellä, mikä analyysin tavoite on. Jotta saataisiin varmoja tuloksia, tulee työskentelyn olla loogista ja tavoitteellista. Pelkkä intuitiivinen kuvan tulkinta voi johtaa hätiköityihin johtopäätöksiin, vaikka intuitiolla onkin sijansa tulkinnan kriteerien havainnoimisessa. Kuva-analyysin tavoitteena on kuvan tarkastelu etukäteen määriteltujen sääntöjen ja kriteerien avulla. (Anttila 2006, 366.)

Analysoitaessa kuvaa, ei voida keskittyä ainoastaan kuvan sisältöön, sillä kuvassa merkittäviä elementtejä ovat myös värit, muodot, syvyys, sommittelu ja tunnelma. Kuvan sisällönanalyysi aloitetaan problematisoinnilla, eli kuvan sisältö kyseenalaistetaan. Kuvan tulkitsijan tulee lähteä liikkeelle omasta maailmankuvastaan ja menneistä kokemuksistaan sekä siitä esiymmärryksestä, joka tulkitsijalla on kuvaan nähden. (Emt. 367.)

Teksti on usein valokuvan seuralainen. Sanomalehdet julkaisevat vain harvoin valokuvia ilman kuvatekstiä. Barthes ajatteli, että kuvateksti ankkuroi kuvan merkitykset paikalleen. (Seppänen 2004, 39.)

Perinteisesti kuva-analyysi on tuttu taiteen tutkimuksessa. Tutkimuksen kohteena ovat olleet muun muassa eri ajanjaksot, tyylit, taideteos ilmaisuvälineenä sekä taiteen vaikutus katsojaan. Kuvien analysoinnissa on tarpeen selkeyttää analyysin tavoitteet. Varmojen tulosten aikaansaaminen edellyttää loogista ja tavoitteellista työskentelyä sekä teoreettista ja käytännönläheistä työskentelytapaa. Pelkästään intuitiivinen kuvan tutkiminen saattaa johtaa hätiköityihin johtopäätöksiin, siitä huolimatta, että intuitiolla on oma sijansa tulkinnan kriteerien löytämisessä. Kuva-analyysin tavoitteena on tarkastella kohdetta suhteessa etukäteen määriteltuihin sääntöihin tai kriteereihin, mutta taiteen puolella niiden luonne kannattaa tiedostaa. Visuaalinen tulkitseminen edellyttää omanlaistaan koodijärjestelmää, eli tietynlaisia sääntöjä, jotka ilmaisevat kuvan ja sen esitystavan välisiä yhteyksiä. (Anttila 2005, 366–367.)

Kuvaa analysoitaessa ei voida keskittyä yksinomaan kuvan sisältöön, sillä kuvassa ovat merkittäviä tekijöitä sisällön lisäksi esimerkiksi värit, muodot, syvyys, sommittelu ja tunnelma. Näitä tekijöitä on tarkasteltava yhdessä kuvan muun sisällön kanssa. Kuvan sisällönanalyysi ei varsinaisesti eroa sanallisen tekstin tulkinnallisesta analyysistä. Molemmissa tapauksissa aloitetaan yleensä problematisoinnilla. Kyseenalaistetaan tekstin tai kuvan ilmaisema sisältö. Tulkitsija lähtee liikkeelle omasta maailmankuvastaan ja aikaisemmista kokemuksistaan ja siitä esiymmärryksestä, joka hänellä on asiaan nähden. Tätä lähtökohtaa kehitetään diskussioon ja näkemysten ja tulkintojen perusteluihin, joissa käsitellään kuvan tematiikkaa, motiiveja, aiheita, sisältöjä, rakenteita jne. Lopuksi kootaan kaikki langat yhteen ja esitetään uusi rakenne tai suorastaan teoreettinen malli siitä, mikä on ollut tulkinnan kohde. (Anttila 2005, 367.)

Rose kirjoittaa semiologian tarjoavan työkaluja, joilla on mahdollista analysoida kuvaa ja jäljittää kuvan suhdetta laajempiin merkityskokonaisuuksiin. Rosen mukaan tärkein työkalu on merkin käsite (sign): semiologia tarkoittaa oppia merkeistä. (Rose 2016, 106.) Rose käyttää tekstissään käsitettä semiologia – tutkielmassa käytetään edelleen käsitettä semiotiikka, kuten on tehty aiemmissakin kappaleissa.

Taidehistorioitsijat Mieke Bal ja Norman Bryson painottavat semiotiikan merkitystä:

human culture is made up of signs, each of which stands for something other than itself, and the people inhabiting culture busy themselves making sense of those signs (Rose 2016, 107).

Rose kirjoittaa semiotiikan tarjoavan analyttistä tarkkuutta. Kirjoittaja vertailee semiotiikkaa sisällönanalyysiin, jonka katsotaan olevan tiedettä, sillä sisällönanalyysi voi olla määrällistä tutkimusta ja toistettavissa olevaa. Semiotiikka taas ei perustu edellä mainittuihin, vaan semiotiikka asettaa tieteellisen tiedon vasten ideologian käsitettä. Ideologia on tietoa, joka on rakentunut niin, että se legitimoii epätasapainoisia valtasuhteita - tiede taas on tietoa, joka paljastaa tällaisia epäkohtia. Se, että käsitettä ideologia käytetään semiotiikan yhteydessä, kertoo marxismin vaikutuksesta semiotiikkaan. (Rose 2016, 107.)

3.1.1. Kuvan tulkinnan tasot

Kuvasemiotikka erottaa kuvan tulkinnassa kolme eri tasoa: denotatiivisen, konnotatiivisen sekä henkilökohtaisen tason (Nordström 1984, Anttilan 2005 mukaan). Kuvan systemaattinen sisällönanalyysi aloitetaan ensin denotaatiolla – tässä vaiheessa kuvan

sisältö kuvaillaan mahdollisimman yksityiskohtaisesti. Denotatiivisesta tasosta siirrytään konnotatiiviseen, jossa etsitään tulkintaa ja mieluiten sellaista, josta mahdollisimman moni voi olla samaa mieltä. Kolmannessa vaiheessa kuvan tulkitsija esittää kokoavan katsauksen tulkinnan tuloksista. (Anttila 2005: 370.)

3.1.2. Denotaatio

Denotatiivisella tasolla tarkoitetaan kuvan perusmerkitystä, joka on kaikille kulttuureille yhteinen. Denotaatio (lat. *denotare*, varustaa ydinmerkityksellä) on kuvan tutkimuksessa se vaihe, jossa rekisteröidään kaikki, mikä tosiasiallisesti voidaan nähdä kuvassa. Erwin Panofskin mukaan denotaatio on sitä, minkä jokainen kuvan katsoja voi kulttuurista ja ajasta riippumatta tunnistaa. Anttila kirjoittaa, ettei tämä voi pitää täysin paikkaansa, sillä tuskin esimerkiksi aivan pienet lapset kykenevät tarkkaan kuvan tulkintaan. (Anttila 2005, 370.) Van Leeuwen ja Jewitt kirjoittavat, että barthesilaisessa visuaalisessa semiotiikassa pääideana on merkityksen kerroksittainen purkaminen. Denotaatio on ensimmäinen kerros ja sen avulla selvitetään mikä tai kuka on kuvassa esitetty. (Van Leeuwen ja Jewitt 2011: 3.)

Barthes ei pidä denotaatiota erityisen haasteellisena vaiheena. Ei tarvitse osata kielen kaltaista koodistoa osataksaan tulkita kuvan sanomaa (Van Leeuwen ja Jewitt 2011:3). Tutkijana tulee mieleen, että ihmisen tulee kuitenkin lapsuudessa oppia kieli, jotta on mahdollista kielellistää, mitä kuvassa havaitsee. Barthes jatkaa, että kuvien katsominen on kuin todellisuuden katsomista – kuvassa nähdään se, mitä kameran edessä on ollut. Kuvaaja luo valinnoillaan kuvaan lisämerkityksen, mutta Barthesin mukaan kuvan sisältö on analoginen todellisuudelle. (Emt. 4.)

Barthes myöntää, että voimme tunnistaa kuvasta vain sen, mikä on meille tuttua jo entuudestaan. Voimme toki tunnistaa univormun, mutta emme osaa kertoa, minkä ammatin edustajan univormu se on tai tunnistamme työkalun työkaluksi, mutta emme osaa kertoa, mikä työkalun käyttötarkoitus on. Van Leeuwen ja Jewitt kirjoittavat Barthesin liikkuneen denotaatiossa yleisellä tasolla ja ehdottavat, että denotaation tueksi tulisi rakentaa tarkempi konteksti:

Clearly images can be perceived at different levels of generality, depending on the context, depending on who the image is for, and what its purpose is. In describing denotative meaning it may

therefore be desirable to introduce a little more context than Barthes did, to set a plausible level of generality for the reading. (Van Leeuwen ja Jewitt 2011: 4.)

Van Leeuwen ja Jewitt jatkavat ja esittävät denotaation avuksi neljä kategoriaa:

3.1.3. Kuvassa esiintyvien ihmisten kategorisointi

Kuvatekstit saattavat auttaa tunnistamaan kuvassa esiintyviä henkilöitä, mutta henkilö voidaan tunnistaa esimerkiksi maahanmuuttajaksi ilman kuvatekstiäkin. Tyypittelyä voidaan tehdä esimerkiksi kulttuuristen attribuuttien avulla (vaatetus, hiustyyli). Mitä enemmän kulttuuriset attribuutit määrittävät kuvassa olevaa henkilöä, sitä helpommin hänet voi tunnistaa tietyksi (ihmis)tyypiksi. Kirjoittajat nostavat esimerkiksi erilaiset päähineet – niiden avulla kuvassa esiintyviä henkilöitä on mahdollista luokitella tyypeittäin. (Van Leeuwen ja Jewitt 2005: 5.)

Ryhmät versus. yksilöt

Van Leeuwen ja Jewitt kirjoittavat, että ihmisten esittäminen yhtenä ryhmänä pikemminkin kuin yksilöinä, voi auttaa heidän tunnistamisessa – etenkin jos ryhmässä esiintyvillä on samanklaiset asennot tai he toimivat kuvassa samalla tavalla. Esimerkkinä kirjoittajat nostavat esiin Persianlahden sodan kuvaston, missä liittoutuneiden joukot esitettiin yksilöinä, kirjoittamassa kirjeitä kotirintamalle tai purkamassa pommeja, kun irakilaiset sotilaat taas kuvattiin ryhmänä, laukaisemassa aseitaan tai antautumassa. (Emt. 5.)

Etäännytytys

Se, että ihmiset esitetään kaukaa kuvattuna, voi tehdä heidän yksilölliset piirteensä vähemmän tunnistettaviksi ja kuvassa olevat voidaan hahmottaa samaan ryhmään kuuluviksi (Emt. 5.)

Kuvaa ympäröivä teksti

Van Leeuwen ja Jewitt kirjoittavat, että kuvaan liitetty teksti voi antaa vihjeitä, miten kuvassa esiintyvä henkilö tulisi tunnistaa tai miten kuva tulisi tulkita. Kuva ja teksti voivat olla myös ristiriidassa keskenään – otsikko voi kertoa jostain tietystä ryhmästä, mutta kuvassa esitetäänkin yksilö, tai toisinpäin. (Van Leeuwen ja Jewitt 2005: 6.)

3.1.4. Konnotaatio

Kuvan denotatiivisesta tarkastelusta siirrytään konnotaatioon. Se on denotaatioon liittyvä, usein tunnesävyinen tulkinta kuvasta. Konnotaatio (lat. *cum notare*, varustaa lisämerkityksellä) on kuvan sisällölle annettava tulkinta. Konnotaatio on kulttuurisidonnaista ja se liittyy kuvan tulkitsijan sosiokulttuurisiin ja henkilökohtaisiin assosiaatioihin – esimerkiksi ikään, sukupuoleen tai etniseen taustaan. (Anttila 2005, 370.) Merkityksen kerroksittaisessa purkamisessa Van Leeuwenin ja Jewittin mukaan on siirrytty merkityksen toisen kerroksen analyysiin – mitä ideoita ja arvoja ilmaistaan kuvan kautta (Van Leeuwen ja Jewitt 2011, 3).

Konnotaatio on merkityksen toinen kerros ja se liittyy laajempiin merkityskokonaisuuksiin - se on ideoiden ja arvojen kerros, joita kuvassa esiintyvät ihmiset, paikat tai asiat edustavat ja joista ne ovat merkkejä. Konnotaatio voi nousta esiin ihmisiin, paikkoihin tai asioihin liittyvistä kulttuurisista assosiaatioista tai erityisten 'konnotaattoreiden' kautta. Kuvaan on saatettu luoda tietty konnotaatio esimerkiksi valokuvauksellisilla tekniikoilla. Teoksessaan *Mytologioita* (1973) Barthes keskittyy kulttuurisiin assosiaatioihin ja esseekokoelmassaan *Image, Music, Text* (1977) hän tarkentaa ajatustaan konnotaation erityispiirteistä, konnotaattoreista. (Van Leeuwen ja Jewitt 2011, 6.)

Teoksessa *Mytologioita* Barthes kutsuu konnotatiivisia merkityksiä myyteiksi - laajaksi ja hajanaiseksi joukoksi käsitteitä ja mielle yhtymiä, joissa tiivistyy kaikki mitä kuvassa esiintyviin ihmisiin, paikkoihin tai asioihin liittyy. Tämä joukko muodostaa ikään kuin kokonaisuuden - Van Leeuwen ja Jewitt mainitsevat käsitteen 'ranskalaisuus' - kaikki mitä ranskalaisuuteen liitetään. Toisekseen myytit ovat ideologisesti ladattuja niin, että ne palvelevat valtaapitävien intressejä. (Emt. 6.)

Valokuvat ovat hyviä välineitä ideologisesti ladattujen merkitysten jakamiseen, sillä ne ikään kuin tekevät näistä merkityksistä luonnollisia, vaikka tosiasiasa ne voivatkin sisältää tarkkaan harkitusti rakennettuja merkityksiä. (Van Leeuwen ja Jewitt 2011: 6.) Barthes nimeää kaksi konnotaation ilmentäjää, asennot sekä esineet. Hänen mukaansa on olemassa kirjoittamaton koodisto asennoista, joita jokainen massamedialle altistunut osaa tulkita. Esineistä Barthes nostaa esiin kirjahyllyn - mikäli kuvassa esiintyy kirjahylly, tulee tästä mielle yhtymä intellektuelliin henkilöön. (Emt. 7.)

Konnotaatio voi tulla esiin myös valokuvaustekniikoiden kautta. Valokuvan rajaus, valotus tai tarkennus ovat tällaisia tekniikoita. Barthes nimittää edellä mainittuja käsitteellä *photogenia*. (Barthes 1977: 23, Van Leeuwenin ja Jewittin 2011 mukaan.)

3.1.5. Kuvan problematisointi

Anttila ohjeistaa aloittamaan analyysin muodostamalla seuraavanlaisia kysymyksiä:

- Kuka on viestin lähettäjä?
- Kuinka kuva on muodostettu?
- Millä keinoilla viesti välitetään katsojalle?
- Mitä viestintäkanavia käytetään?
- Kuka on viestin ajateltu vastaanottaja?
- Mikä on viestin lähettäjän tarkoitus?
- Minkä vaikutuksen kuva tekee katsojaan?
- Miten kuvan tulkinta liittyy todellisuuteen kuvan ulkopuolella?
- Millä tavoin kuvan ulkopuoliset tekijät vaikuttavat kuvan tulkintaan?

(Anttila 2005: 371.) Anttila jatkaa kirjoittaen, että siinä vaiheessa, kun edellisten kaltaiset kysymykset on valittu, on tutkija jo tehnyt ne arvo- ja käsitevalinnat, jotka kulkevat mukana analyysin loppuun saakka. Tulkinnallista analyysimenetelmää ei voi pitää arvovapaina ja neutraalina, sillä tutkijan muotoilemat kysymykset riippuvat hänen omista tavoitteistaan ja intresseistään. Anttila pohtii, että kysymyksiä laadittaessa, on pidettävä mielessä se, että kysymyksiin myös vastataan. Jokainen kysymys edustaa relevantin ongelma-alueen valintaa ja kysymykseen saatava vastaus on tämän näkökulman, perspektiivin syventämistä. (Emt. 317.)

Ensimmäinen arvovalinta merkitsee sitä, mistä kuvassa olevasta asiasta tutkija haluaa jotakin sanoa. Anttila kirjoittaa, että kuvaa voidaan analysoida esimerkiksi visuaalisena ilmaisuna, kokemuskohteena, kommunikaatiovälineenä tai kulttuurihistoriallisena tuotteena. Ennen analyysiä on tiedostettava, millaisesta näkökulmasta kuvaa halutaan analysoida. (Anttila 2005: 371.) Isisin propagandalehtien tapauksessa kuvia analysoidaan visuaalisena ilmaisuna sekä kommunikaatiovälineenä – mitä terroristijärjestö haluaa lehtien kansikuvilla viestiä.

3.1.6. Konnotatiivinen kuva-analyysi

Konnotatiivisessa kuva-analyysissä huomio kohdistetaan kuvan välittämän viestin merkitykseen. Kuvaa tarkastellessaan ihminen tulkitsee usein ainoastaan sitä, mitä hän kuvassa näkee. Ihminen voi reagoida kuvaan eri tavoin, kuva saattaa näyttäytyä vastenmielisenä tai katsoja voi samaistua siihen. Katsoja ei välttämättä tiedosta sitä monimutkaista todellisuutta, joka on kuvan takana eikä syitä siihen, miksi kuva on tehty ja esitetty tietyssä yhteydessä. Kuva-analyysin avulla on mahdollista päästä syvälle kuvan merkitysten tulkinnassa. (Anttila 2005: 373.)

Konnotaatiolla tarkoitetaan Barthesin mukaan sosiokulttuurisia ja henkilökohtaisia assosiaatioita, joita syntyy teoksen tulkinnan aikana. Konnotatiivisessa kuva-analyysissä tutkitaan sekä tulkitaan teoksen merkkejä ja näiden luonnetta, merkkien muodostamia järjestelmiä ja merkityksiä, joita nämä muodostavat, muuntavat ja siirtävät eteenpäin. Kuva-analyysissä Anttila neuvoo seuraavanlaisiin kysymyksenasetteluihin:

- Mikä on kuvan kielellinen funktio? Onko se esimerkiksi tunneperäinen tai informatiivinen?
- Mitkä tunnusmerkit (osamerkitykset) ovat olennaisia ja hallitsevia?
- Millaista retoriikkaa eli ilmaisukieltä kuvan lähettäjä käyttää kuvassa? (Anttila 2005, 373.)

Tulkinnan luomisessa apuna voivat olla myös kehojen representaatiot. Huomio kannattaa keskittää siihen, mitä rotua ihminen edustaa, millainen ilme kuvassa esiintyvällä ihmisellä on ja voiko ilmeestä päätellä henkilön tunnetilaa. Henkilön katse voidaan huomioida – kuka katsoo ketä ja miten. Myös se, millainen asento ihmisellä on, voi luoda kuvalle merkitystä. Toisena tulee aktiviteetin representaatio. Tällöin pohditaan esimerkiksi sitä, että koskeeko kuvan ihminen johonkin ja millä seuraamuksella. Kehon liike on tärkeä: kuka on aktiivinen, kuka passiivinen ja se, mitä ihmisten kuvaan asettautuminen viestii. Onko joku henkilö kuvaan asettelun perusteella tulkittavissa esimerkiksi ylempiarvoiseksi. (Rose 2016, 115.)

Konnotaation muodostamiselle vihjeitä antaa myös kuvan ympäristö sekä kuvassa käytetty rekvisiitta: käytetäänkö kuvassa objekteja, joilla on kulttuurista painoarvoa? Entä onko ympäristö luonnollinen vai onko kuvaan liitetty eksoottisia tai esimerkiksi fantasian omaisia elementtejä? (Rose 2016, 116.)

Kuvista voidaan siis erotella denotaatio ja konnotaatio, joiden jälkeen kuvan tulkinnan tulokset kootaan henkilökohtaisella tasolla. Seuraavassa kappaleessa esitellään tutkielman aineisto, johon esiteltyä metodologiaa sovelletaan.

3.2. Aineisto

Aineisto koostuu terroristijärjestö Isisin vuosina 2014–2017 julkaisemien verkkolehtien, Dabiqin ja Rumiyahin, kansikuvista. Dabiq ilmestyi verkossa kahden vuoden aikana 15 kertaa. Ensimmäinen lehti ilmestyi verkossa 5.7.2014 ja viimeinen 31.7.2016. Lehteä julkaisi Isisin propagandakoneisto, Al-Hayat Media Center. (Wikipedia 1.) Lehti sai nimensä Syyriassa sijaitsevasta Dabiq nimisestä kaupungista. Dabiqin symbolinen merkitys islamin uskolle on verrattavissa kristinuskon Harmageddoniin – molemmat liittyvät maailmanlopun profetioihin. Dabiqista ajatellaan, että siellä käytävässä lopun ajan taistelussa muslimit tulevat voittamaan roomalaisten armeijan. (BBC 1.)

Dabiqin kaupunki oli Isisin hallussa, kunnes lokakuussa 2016 terroristijärjestö menetti alueen Turkin armeijalle ja syyrialaiskapinallisille. Isisin menetettyä kaupungin lehden nimi vaihtui. Verkkolehteä julkaisi edelleen Al-Hayat Media Center, tällä kertaa nimellä Rumiyah (Rooma). Lehti ilmestyi 13 numeron verran.

Tutkimukseen on valittu kansikuvat Dabiqin julkaisuista 1-8 sekä Rumiyahin julkaisuista 1-8. Tuntui luonnollisimmalta valita kansikuvat niiden ilmestymisjärjestyksessä. Analysoitavia kansikuvia on yhteensä 16 tutkimusteknisistä syistä johtuen. Dabiqin ja Rumiyahin yhteenlaskettu kansikuvien määrä olisi 28, mikä olisi liikaa tutkielman pituusrajoitteen huomioiden. Semiootikot usein tekevät tapaustutkimuksia suhteellisen pienestä kuva-aineistosta ja tapaustutkimus perustuu enemmän sen analyttiseen eheyteen ja mielenkiintoon, kuin tutkimuksen sovellettavuuteen suureen aineistojoukkoon. (Rose 2016,110). Tässä valossa kuvien määrän voisi ajatella olevan sopiva.

Julkaisut ovat kokonaisuudessaan luettavissa Clarion Projectin verkkosivulla. Clarion Project on voittoa tavoittelematon järjestö, jonka pyrkimyksensä on opettaa radikaalin islamin vaarallisuudesta. Verkkosivulla julkaistaan ääri-islamiin liittyviä uutisia, asiantuntija-analyyssejä sekä videoita. Sivusto antaa äänen maltillisille muslimille ja ihmisoikeusaktivisteille. Clarion Project osallistuu myös ruohonjuuritason toimintaan. (Clarion Project 2.)

4. Analyysiluku

Tässä luvussa käyn läpi Dabiq- ja Rumiya-lehtien kansikuvat edeten niin, että ensin analysoin kahdeksan Dabiqin ja tämän jälkeen kahdeksan Rumiya-hin kansikuvaa. Lehdet käydään läpi niiden ilmestymisjärjestyksessä. Ensin erittelen kuvasta sen denotaation, eli ilmeisen merkityksen, josta siirryn konnotaatioon ja paneudun kuvan toissijaisiin merkityksiin. Koska konnotaation lisäksi kuvista etsitään niissä käytettyä propagandakeinoja, käytetään kappaleessa sanaa tulkinta käsitteen konnotaatio sijaan. Kuvan tulkinnan apuna käytän kansikuvassa esiintyviä tekstiosioita, sillä ne antavat osviittaa kuvan ymmärtämiseen, mikäli itse kansikuva on vaikeatulkintainen. Osassa kansikuvia tulkinnan saamiseksi kuvan ja siihen liittyvien otsikoiden lisäksi täytyy tutustua lehden tekstisisältöön. Analyysin tulokset kokoon yhteen pohdintaluvussa sekä edelleen johtopäätöksissä. Kansikuvat löytyvät ilmestymisjärjestyksessä tutkielman liiteosiosta.

4.1. Dabiq-lehden kansikuvat

Denotaatio

Dabiq julkaistiin ensimmäisen kerran 5.7.2014. Julkaisun kannessa vaaleanruskealla kuvattuna ovat merialueet. Kuvan yläosassa vasemmalta oikealle ovat Välimeri, Mustameri sekä Kaspianmeri. Kuvan alaosassa vasemmalla oleva vesialue on Punainenmeri ja oikealla kapea vesistö, Persianlahti, laskee Arabianmereen. Tummanruskea alue keskellä on Arabian niemimaa, vasemmalla on näkyvissä Afrikan mannerta ja oikealla kaistale Irania. Arabian niemimaa on kannen keskiössä ja sen päälle on kirjoitettu teksti "*The Return of the Khilafah*".

Tulkinta

Ensimmäinen Dabiq julkaistiin noin viikko sen jälkeen, kun Isis oli julistautunut uudeksi kalifaatiksi (Stern & Berger 2015, Aikajana). Julkaisun nimi, *The Return of the Khilafah*, viittaa tähän tapahtumaan, kalifaatin paluuseen. Arabian kielen sana *khilafah* tarkoittaa kalifaattia. Kalifaatilla tarkoitetaan maantieteellistä aluetta, jota kalifi johtaa. Kalifin katsotaan olevan koko islamilaisen yhteisön johtaja. Ensimmäinen kalifi nimitettiin aikanaan paikkaamaan profeetta Muhammadin kuoleman jälkeen syntynyttä valtiotyhjyyttä silloisessa

muslimiyhteisössä 600-luvulla. Islamin alkuaikaa pidetään uskonnon kulta-aikana muslimien keskuudessa. Varhaisen kauden jälkeen kalifilla ei juuri ole ollut arvovaltaa. Osmanien kalifaatti hajosi vuonna 1924 ja sen raunioille perustettiin Turkin valtio Mustafa Kemal Ataturkin toimesta. Sen jälkeen kenelläkään ei ole ollut yleisesti hyväksyttyä kalifin arvonimeä. (Yle 18.11.2015.)

Kalifaatin paluu – aihe on vahva, itsevarma ja huomiota herättävä viesti ensimmäiseen julkaisuun. Kansikuvalla viitataan paluuta johonkin, joka on ennen ollut olemassa. Kansikuva ikään kuin antaa vahvan lupauksen, suorastaan toteamuksen, että kalifaatti on palannut. Kansikuvan voi katsoa myös houkuttelevan liittymään kalifaattiin. Kuvassa käytetään vanhaa karttaa, mikä viestii menneisyydestä. Valtion rajoja ei ole näkyvissä, minkä voisi katsoa kuvastavan muslimien yhteenkuuluvuutta ja sitä, että ikään kuin kalifaatti olisi nyt koko maailman keskiössä.

Kaleva kirjoittaa, että jihadistit eivät mielellään käytä maantieteellisistä alueista moderneja nimiä, vaan suosivat kielenkäytössään Koraanin aikaisia paikannimiä (Kaleva 2018, 178). Katsojan täytyy olla muslimi tai islamilaisen kulttuurin tuntija, jotta sana *khilafah* tulee ymmärretyksi. Arabiankielisen sanan käytöstä voi päätellä lehden olevan suunnattu muslimiväestölle. Kansikuva ei paljasta kuka tai mikä ryhmä on kalifaatiksi julistautumisen taustalla. Kuva herättää paljon kysymyksiä. Mikä ryhmittymä on julistautunut kalifaatiksi, miten se on siinä onnistunut ja mitä menneestä ajasta kielivä kalifaatti tarkoittaa moderniin maailman tuotuna.

Kansikuvassa käytetty propagandakeino on väite. Kannen tekstissä väitetään, että kalifaatti on palannut. Äärijärjestön väite sisältää Shabon (2008, 15) esittelemät kolme propagandapiirrettä: väitteellä tavoitellaan suurta kohdeyleisöä, sillä esitetään jonkun tietyn ryhmän agenda ja se pyrkii vetoamaan tunteisiin. Isis tavoittelee muslimiyleisöä ja esittää agendansa kalifaatista. Kalifaatin paluulla järjestö pyrkii nostattamaan positiivisia tunteita kohdeyleisössään ja hakee tukea ajamalleen agendalle.

Denotaatio

Dabiqin toinen julkaisu ilmestyi 27.7.2014. Kansikuvassa on suuri laiva, joka näyttäisi olevan puusta veistetty. Kannella ei näy ketään, osa ikkunoista on auki. Laiva etenee kovassa myrskyssä, taivas ja meri ovat molemmat uhkaavan näköisiä. Näyttää siltä, kuin laivan takana olisi suuri aalto. Keskellä kansikuvaa on teksti ”*The Flood*”, tulva, ja kannen

alaosassa lause *"It's either the Islamic State or the flood"*, vapaasti suomennettuna *"vaihtoehtona on joko Islamilainen valtio tai tulva"*.

Tulkinta

Kansikuva vie ajatukset Raamatun kertomukseen vedenpaisumuksesta ja Nooan arkista. Raamatun kertomuksen mukaan Jumala päätti tuhota ja siten puhdistaa ihmiskunnan, koska ihmisten pahuus oli kasvanut liian suureksi. Kuitenkin Nooa oli ollut Jumalalle kuuliainen, ja siksi Jumala määräsi hänet rakentamaan arkin. Kansikuva on uhkaava ja dramaattinen ja terroristijärjestö ilmoittaa vaihtoehtona olevan joko Islamilaisen valtio tai tulva. On mielenkiintoista, että Isis käyttää kannessa kristinuskon kuvastoa ja myyttiä vedenpaisumuksesta. Mitä järjestö tahtoo tällä viestittää? Ehkä kristinuskon nähdään islaminuskon vihollisena – Isis aikoo Raamatun vedenpaisumuskertomusta vertauskuvana käyttäen puhdistaa ihmiskunnan kristinuskosta. Toisaalta Isis esittää suoran uhkauksen kansikuvan tekstiosiossa, mikäli kalifaatti ei ole vallassa, tulee ihmiskunta tuhoutumaan. Jos unohtaa kuvaan liittyvän aspektin kristinuskosta, voi vedenpaisumuksen pohtia symboloivan yleistä tuhoa maapallolla, mikäli kalifaattia ei ole olemassa. Kuvan piirtäjä ei tule kansikuvasta selville. Sen on voinut laatia Isisin oma kuvittaja tai sitten kuva on lainattu muualta. Yhtenä propagandakeinona kansikuvassa on väärä dilemma. On olemassa vain pieni määrä vaihtoehtoja, joista vain yksi on se ainoa oikea. Isis tarjoaa kaksi vaihtoehtoa, islamilaisen valtion tai tulvan / tuhon. Väärään dilemmaan kuuluu myös se, että on vain yksi ryhmä, joka tulee pelastamaan, toinen ryhmä tulee aiheuttamaan tuhon. Tässä tapauksessa on valittava islamilainen valtio, mikäli haluaa pelastua tuholta. Kannessa toisena propagandakeinona on pelko. Propagandisti maalailee uhkakuvia ja väittää, että katastrofi seuraa, jos hänen ohjeitaan ei noudateta. Pelottelussa oleellista on se, että uhan lisäksi esitetään keino torjua se. Isis viestii katastrofin seuraavan, mikäli islamilainen valtio ei ole olemassa. Keino välttää uhalta on islamilaisen valtion tukeminen.

Denotaatio

Kolmas Dabiq julkaistiin 10.9.2014. Kannen vasemmassa reunassa on nähtävissä osa auton etupuskurista, auto näyttäisi olevan pysähtynyt. Edempänä on viisi liikkeessä olevaa maastoautoa, joista neljässä on esillä Toyotan tunnus takapuskurissa. Maastoautojen lavoilla on mustiin pukeutuneita henkilöitä, joiden henkilöllisyys ei ole tunnistettavissa, sillä henkilöt ovat verhonneet kasvonsa mustilla kankailla. Autojen lavoilla on myös suuria,

täynnä olevia kangaskasseja. Autosaattue kulkee aavikolla, taivas kannessa on puolipilvinen. Kuvan alareunassa on teksti "*A Call to Hijrah*".

Tulkinta

Hijrah on arabiaa ja tarkoittaa muuttoa. Se on muslimeille tärkeä tapahtuma, sillä profeetta Muhammed muutti Medinasta Mekkaan vuonna 622 ja perusti sinne islamilaisen yhteisön. Muslimien ajan katsotaan alkavan tuosta vuodesta. (Britannica.com.)

Kuvassa on uhkaavan ja määrätietoisen näköinen joukkio. Konnotaatiovaiheessa huomion voi kiinnittää ihmisten asentoihin. Tässä yhden henkilön käsi on ulkona auton ikkunasta ikään kuin voitonmerkinä. Myös kuvan ympäristöä arvioidaan kuvan tulkinnassa. He ajavat aavikon hiekalla, eivät päällystetyllä, virallisella tiellä. Aavikko mahdollisesti viittaa siihen, että joukkio ajaa jossain päin Lähi-itää. Kuvasta ei tule selville, mikä on autoryhmittymän varsinainen määränpää, mutta sen voi ajatella olevan Islamilainen valtio. Isis kutsuu kuvalla vierastaistelijoita muuttamaan alueelleen Irakiin ja Syyriaan. Kuva herättää ajatuksen siitä, että moni on jo vastannut Isisin kutsuun, minkä voisi katsoa houkuttelevan muita liittymään Isisiin ja mukaan muuttojoukkoon. Kansikuvassa käytetty propagandakeinona on kelkkaan hyppääminen. Pörsti (2017) ja Shabo (2008) kirjoittavat, että tällä tekniikalla ihmisiä manipuloidaan vetoamalla ihmisten laumasieluisuuteen. Jos ihmiset uskovat, että heidän oma viiteryhmänsä on jo jossakin toiminnassa mukana, ovat he itsekin alttiita liittymään mukaan. Dramaattinen lisä kuvassa on etualalla oleva kulkuväline – melkein kuin se kutsuisi astumaan sisään autoon. Kansikuvasta tulee mieleen, että se voisi hyvin olla elokuvan mainosjuliste.

Denotaatio

Neljäs Dabiq julkaistiin 11.10.2014. Kuvan oikeassa laidassa on palatsimaisen näköinen rakennus, jonka edustalla on valkoinen pylväsrivistö ja rakennuksen katolla valkoinen kupoli mustin yksityiskohdin. Kuvan vasemmalla puolella on isohko rakennus, jota myös koristaa useiden pylväiden rivi. Kahden rakennuksen edessä näyttäisi olevan, jossa käyskentelee ihmisiä. Kansikuvan keskellä on korkea pylväs, jonka huipulla heiluu musta lippu, jossa on valkoisia merkkejä sekä valkoinen ympyrä, jonka keskustassa taas on mustia merkkejä. Taivas rakennusten ympärillä on pilvetön. Kansikuvan keskellä on teksti "*The Failed Crusade*", suomennettuna epäonnistunut ristiretki.

Tulkinta

Kansikuvassa on Vatikaanissa sijaitseva katolilaisen uskonnon Pietarinkirkko ja sen aukio. Kuvan keskellä olevan pylvään salossa liehuu Isisin musta tunnuslippu. Lipussa oleva teksti on islamilainen uskontunnustus: Ei ole muita jumalia kuin Allah ja Muhammad on hänen profeettansa. Lippu on voimakas symboli – se nostetaan salkoon valloituksen merkiksi ja kansikuvassa Isis on ottanut valtaansa Vatikaanin. On ollut helppoa muokata kansikuvaan Isisin tunnuslippu, Vatikaanin todellinen valloittaminen olisi ollut huomattavasti hankalampaa. Mutta kyse on mielikuvasta minkä terroristijärjestö haluaa herättää. Yhtenä propagandakeinona kansikuvassa käytetään siirrantää. Tässä keinossa propagandisti siirtää yleisönsä arvostaman auktoriteetin johonkin, jonka hän haluaa yleisönsä hyväksyvän. Tällainen voi olla esimerkiksi uskonto ja sitä edustaa jokin tunteita herättävä symboli, kuten lippu. Lisäämällä lipun kuvaan, se antaa järjestöstä itsevarman, röyhkeän ja uhkaavan mielikuvan, mikä voi toimia vahvana viestinä Dabiqin kohdeyleisölle. Isis on niin voimakas, että Vatikaaninkin valloitus tulee onnistumaan – miksi en siis tukisi äärijärjestöä. Toisena propagandakeinona Isis hyödyntää pelkoa. Kansikuva herättää huolen siitä, että järjestö tulee hyökkäämään Eurooppaan.

Kansikuvassa oleva teksti on vaikeasti tulkittavissa. Minkä tahon epäonnistuneeseen ristiretkeen tällä viitataan? Tekstin tulkinta vaati tutustumista neljännen numeron tekstisisältöön. Lehdessä Isis kirjoittaa Yhdysvaltojen johtaman äärijärjestön vastaisen koalition epäonnistuneen yrityksissään nujertaa järjestö. Isis esittelee usealla sivulla kuvia tappamistaan sotilaista ja tekstissä luettelee missä ja miten monta äärijärjestön vihollista on tapettu. (Dabiq nro. 4 2014, 23-25.) Kannen otsikko viittaa Isisin vastaisen koalition epäonnistuneeseen ristiretkeen. Kun kannen otsikon yhdistää itse lehden sisältöön on käytetty propagandatekniikka edelleen pelko. Isis viestii, ettei heitä vastaan kannata hyökätä – nämä yritykset tulevat epäonnistumaan.

Denotaatio

Viides Dabiq julkaistiin 21.11.2014. Kansikuvassa on Mekan kaupungissa sijaitseva rakennus, Kaaba, jota pidetään islamilaisen maailman pyhimpanä paikkana. Kaabaa ympäröi moskeija ja tämä rakennuskokonaisuus on muslimien jokavuotisen

pyhiinvaelluksen kohde. Islaminuskoiset ympäri maailman rukoilevat niin, että rukous suoritetaan kohti Kaabaa. (Wikipedia 2.)

Kaaba on kuution muotoinen kivirakennus (*kaaba* on arabiaa ja tarkoittaa kuutiota), noin 15 metriä korkea ja sivuiltaan hieman yli kymmenmetrinen. Kaaban ulkopuoli on verhottu mustalla kankaalla (*kiswah*), johon on kultaisilla langoilla kirjailtu Koraanin säkeitä. (Wikipedia 2.) Kansikuvan otsikkona on teksti "*Remaining and expanding*", olla olemassa / olla jäljellä ja laajentua.

Tulkinta

Lehti on julkaistu marraskuussa, jolloin on muslimien pyhiinvaelluksen aika. *Hajj*, eli pyhiinvaellus Mekkaan on yksi islamin viidestä peruspilarista. Pyhiinvaelluksen kohokohta on kokoontuminen pyhimpään paikkaan, Al-Haram-moskeijaan, jossa muslimit kiertävät Kaaban. (Wikipedia 2.) Kaaba on kansikuvan keskellä, kuvattuna hyvin läheltä. Rakennelmaa ei olisi saatu näyttämään yhtä vaikuttavalta, mikäli se olisi kuvassa kauempana.

Tässä käytetään siirrantää: sen avulla jollekin asialle haetaan hyväksyntää liittämällä siihen arvovaltaa ja arvostusta jostakin toisesta asiasta. Järjestö vetoaa tunteisiin – Kaaba toimii konnotaattorina ja herättäneen vahvoja tunteita muslimissa. On rohkeaa terroristijärjestöltä liittää itsensä vahvaan islaminuskon symboliin. Isis laittaa kansikuvaan kaikkien muslimien arvostaman pyhän paikan ja viestii olevansa kaikkien islamin uskoisten asialla. Kansikuvassa käytetään tekstiä "*Remaining and Expanding*". Tässä propagandakeinona on väite. Isis viestittää, että terroristijärjestö on edelleen olemassa ja sen alue laajenee yhä. Väite esitetään faktana ilman selitystä. Voi olla, että lehdessä itsessään väitteelle esitellään perusteita, mutta kansikuvan kontekstissa kyseessä on väite. Se, että Isisin alue on edelleen laajentunut, antaa mielikuvan siitä, että järjestö on ollut voittoisa, mikä puolestaan voi houkutella ihmisiä liittymään Isisin riveihin.

Denotaatio

Kuudes Dabiq on julkaistu 29.12.2014. Kansikuvassa on vuoristomaisema. Kuvan oikeassa ja vasemmassa reunassa näyttäisi olevan jonkinlaisia viljelysalueita. Keskellä kuvaa mutkittelee tie. Kannen vasemmassa ja oikeassa reunassa on kapea joki, joka mutkittelee kaukaisuuteen. Oikealla alakulmassa näkyy rakennuksia. Kansikuvaa on sumennettu sen

ylä-, sekä alaosa. Kannen otsikkona lukee ”*Al-Qa`idah of Waziristan – a testimony from within*”.

Tulkinta

Kansikuva on poikkeuksellisen harmoninen huomioon ottaen äärijärjestön dramaattisen tyylin. Google-kuvahaku sanalla ”*Waziristan*” tuottaa tulokseksi Waziristanin vuoristoalueen Pakistanissa. Wikipedian tekstissä aiheesta kirjoitetaan, että vuoristoalue on ollut turvasatama Al-Qaeda-taistelijoille. (Wikipedia 3.) Dabiqin kansikuvista kuudes julkaisu on vaikeatulkintaisin ja sen vuoksi on tutustuttava lehden sisältöön, missä kansikuvan aihetta käsitellään. Lehtijuttu on todistajan lausunto äärijärjestön ytimeistä: Isis-taistelija kertoo olevansa pettynyt al-Qaidaan ja on sitä mieltä, ettei al-Qaida edusta todellista jihadia. Propagandakeinona on todistus. Taistelija Isisin riveistä kehuu vuolaasti äärijärjestöä ja heittää lokaa kilpailevan järjestön, al-Qaidan päälle. (Dabiq nro. 6, 40-55.)

Denotaatio

Seitsemäs Dabiq julkaistiin 12.2.2015. Kansikuvan keskellä rappusilla seisoo kaksi iäkästä, pitkään valkoiseen kaapuun pukeutunutta miestä, joilla on käsissään paperi tai kyltti, missä lukee teksti ”*Je Suis Charlie*”. Miesten molemmin puolin on henkilö, joilla on sama teksti käsissään. Heidän takanaan on kolme miestä. Kansikuvassa olevat miehet eivät ole julkisuudesta tunnettuja henkilöitä eikä heidän kansallisuutensa ole selkeästi tulkittavissa. Kansikuvasta ei voi suoraan lukea, missä maassa kuva on otettu. Kuva on kovin tummasävytteinen ja sen alaosassa on teksti ”*From Hypocrisy to apostasy*” sekä ”*extinction of the grayzone*”.

Tulkinta

Kuvan taustalla vaikuttaa tapahtunut terrori-isku, missä aseistautuneet miehet hyökkäsivät 7.1.2015 Pariisin keskustassa sijaitsevan satiirisen viikkolehden Charlie Hebdon toimitukseen. Lehti on julkaissut useaan otteeseen pilakuvia Profeetta Muhammedista. (Yle 2. 7.1.2015.) Islamissa Profeetta Muhammedin kuvaaminen on ollut kiellettyä.

Yle uutisoi myöhemmin, ettei kukaan ole ilmoittautunut terrori-iskun tekijäksi. Isisin kirjoitetaan ylistäneen satiirilehden toimitukseen tapahtunutta hyökkäystä – iskun tekijät ovat järjestön mukaan sankareita. (Yle 3. 8.1.2015.)

Iskun jälkeen sosiaalisessa mediassa otettiin käyttöön tunniste ”*Je Suis Charlie*”. Lauseen käytöllä haluttiin osoittaa tukea sananvapaudelle sekä iskussa menehtyneille. Kansikuva antaa ymmärtää, että kuvan miehet eivät pidä kylttejä osoittaakseen tukea terrori-iskun uhreille, sillä miesten yllä näyttää olevan muslimimiehille tyypillinen asu. Se keitä kuvassa olevat miehet ovat, jää epäselväksi. Kansikuvan voi katsoa pilkkaavan ja halventavan Charlie Hebdon iskun jälkeistä sympatia-aaltoa, sillä tunnistetta pitelevät miehet ovat muslimeja. Tunnuslauseen sävy muuttuu kansikuvan kontekstissa ivalliseksi. Kannessa propagandakeinona on nimittely, miehet tekevät Charlie Hebdon terrori-iskun surijat naurunalaisiksi.

Denotaatio

Dabiqin kahdeksas numero julkaistiin 30. maaliskuuta 2015. Lehden kannessa on korkea, vaaleatiilinen torni. Alhaalla tornissa on ovi ja rakennuksen näkyvissä olevilla sivuilla on neljä aukkoa, mahdollisesti ikkunoita. Tornissa on kaksi näköalatasanteen kaltaista kerrosta ja tornin huippua koristaa kupoli. Tasanteet on koristeltu kaarevin kiviosin. Kuvassa alhaalla näyttäisi olevan muurin tapainen rakennelma. Taivas on sininen ja pilvetön. Kuvan ohessa on teksti ”*Shari’ah alone will rule Africa*”, suomennettuna Sharia (-laki) yksin / ainoana tulee hallitsemaan Afrikkaa. Tausta ei hallitse, torni on kansikuvassa pääosassa.

Tulkinta

Kuvan rakennuksen voi päätellä olevan moskeija ja tornin olevan minareetti: Isis edustaa islaminuskkoa ja moskeijat ovat muslimien rukouspaikkoja. Kansikuvan teksti ohjaa Afrikkaan ja nopea internethaku sanoilla ”*mosques in Africa*” tuottaa tulokseksi saman kuvan, kuin Dabiqin kansikuvassa. Kyseessä on Pohjois-Afrikan Tunisiassa sijaitseva Kairouanin Suuri Moskeija, jonka kirjoitetaan olevan Länsi-islamilaisten maailman moskeijoiden esi-isä. Se on yksi parhaiten säilyneistä suurista moskeijoista. (Wikipedia 4.)

Kansikuvan teksti ”*Shari’ah alone will rule Africa*” viittaa sharia-lakiin. Se on islamin mukaan Jumalan ihmisille antama muuttumaton laki. Lakia tulkitsevat muslimit ja se

tunnetaan julmista rangaistuksistaan. Länsimaissa sharian katsotaan olevan ristiriidassa ihmisoikeuksien yleismaailmallisen julistuksen kanssa. (Helsingin uutiset 28.11.2016.)

Kansikuva kertoo Isisin tavoitteesta laajentua Afrikkaan. Kannen tekstiksi on valittu itsevarma ja päättäväinen lause. Propagandakeinona käytetään väitettä: Sharia-laki tulee hallitsemaan Afrikkaa. Väitteessä on uhkaava sävy, joten kansikuvassa hyödynnetään myös pelottelun tekniikkaa. Kunnianhimoa terroristijärjestöltä ei ainakaan puutu, sillä sen aikomuksena on valloittaa levittää islamin usko ja sharia-laki koko Afrikan mantereelle.

Dabiqin ensimmäiset kahdeksan julkaisua on nyt käyty läpi ja seuraavassa siirryn Rumiyah-lehden kahdeksan kansikuvan pariin. Myös Rumiyahit analysoidaan niiden julkaisujärjestyksessä.

4.2. Rumiyah-lehden kansikuvat

Denotaatio

Rumiyahin ensimmäinen numero julkaistiin 5.9.2016. Kansikuvassa keskiössä on parrakas, arviolta 35-40-vuotias mies, jolla on musta päähine ja hän on pukeutunut mustaan paitaan. Miehen rintakehän päällä on vihertävä, repun kaltainen kantoväline, jossa on neljä lokeroa. Repun kahden lokeron välissä on esine, jonka alaosasta lähtee johto, joka katoaa repun lokeroitten alle. Mies pitää molemmilla käsillään repun hihnoista kiinni, hänen kasvonsa eivät ole peitettyinä. Mies katsoo kuvassa eteenpäin. Hänen oikealla puolellaan yksi henkilö, vasemmalla on kaksi henkilöä. Kaikkien kolmen kasvot ovat peitettyinä mustalla kankaalla niin, että näkyvissä ovat vain henkilöiden silmät. Kuvasta ei tule ilmi miesten olinpaikka tai se mihin miehet ovat suuntaamassa.

Tulkinta

Kansikuvan miehen voi repun perusteella arvioida olevan itsemurhaiskuun valmistautuva henkilö – repusta roikkuva johdollinen esine näyttäisi olevan jonkinlainen pommin laukaisunappi. Mies ei katso suoraan kameraan, vaan sivulle, se ei ole tiedossa, mihin mies katseensa kohdistaa. Hänen ilmeestään tulee ajatus, että hän on huolissaan, ehkä

aavistuksen peloissaan. Käsiään mies pitää repun hihnojen päällä, ikään kuin suojellakseen reppua. Miehen vieressä oikealla ja vasemmalla olevat miehet ovat uhmakkaan näköisiä aseineen. Se, että heidän kasvonsa on peitetty, tekee miehistä pelottavan oloisen joukkion. Kuvasta ei tule esiin se missä miehet ovat tai mihin he ovat menossa – tämä tuo kansikuvaan arvaamattomuuden elementin – terroristijoukko voi olla missä vain. Yhtenä propagandakeinona on pelko. Kansikuva on pelottava, mutta mitä sen voisi ajatella edustavan muslimikatsojalle? Itsemurhapommittaja vie ajatukset jihadiin, pyhään sotaan ja marttyyrikuolemaan, on kunniallista kuolla islaminuskon puolesta. Helsingin Sanomat (20.7.2016) uutisoi Isisin innoittavan yksinäisiä susia terrori-iskuihin länsimaissa. Äärijärjestö Isisin valta alkoi Rumiyahin ensimmäisen numeron julkaisun aikaan hiipumaan Syyriassa ja Irakissa. Samaan aikaan järjestö pyrki levittämään pelkoa länsimaissa uudenvälisellä viestillä: kuka tahansa voi olla terroristi. Kuva voi toimia myös houkutteena – on kunniallista kuolla marttyyrina uskonsa puolesta. Kansikuva voi motivoida ja rohkaista samanlaiseen toimintaan. Täten kansikuvassa voi nähdä käytettävän myös kelkkaan hyppäämisen propagandakeinoja.

Denotaatio

Rumiyahin toinen numero julkaistiin 4.10.2016. Kansikuvan keskellä on veren tahraama terävä veitsi. Veri näyttää tuoreelta. Veistä pitelevä henkilö on pukeutunut maastokuosiseen asuun, joten hänen voi ajatella olevan taistelija tai sotilas. Kansikuvan henkilön lanteilla on vyö ja laukku. Kuvasta ei tule ilmi, kuka veistä pitää kädessään, mutta tämä pitää veistä kädessään varmalla otteella. Kuvan oikeassa kulmassa näyttäisi näkyvän hieman taivasta, henkilö on luultavasti ulkotiloissa. Veitsi on haluttu kuvata mahdollisimman läheltä.

Tulkinta

Propagandatekniikkana kansikuvassa on pelko / pelottelu. Verinen veitsi on kuvattu tarkoituksella läheltä, jotta sen pelotevaikutus olisi toimiva. Kauempaa kuvattuna vaikutus ei olisi sama. Veitsen lisäksi kuvassa ei juuri muuta näy, veitsen on haluttu olevan keskiössä. Kannesta ei tule ilmi se kuka veistä pitelee tai keneen tai mihin veitsellä on isketty – tai missä. Se tekee kansikuvasta pelottavan, että kuva on voitu ottaa missä vain. Veitsi-isku on helposti toteutettavissa, sillä veitsi on helppo hankkia sekä piilottaa ja kuka tahansa voi joutua veitsihyökkäyksen uhriksi. Hyökkäyksen voi toteuttaa yksin. Kuva toimii pelotteena,

mutta siitä on tulkittavissa toinenkin merkitys. Kuva voi rohkaista Isisin riveissä jo olevia tai järjestöä ihannoivia itsenäisesti toteutettaviin veitsihyökkäyksiin. Helsingin Sanomat uutisoi (20.7.2016) Isisin innoittavan yksinäisiä susia terrori-iskuihin länsimaissa. Samalla kun äärijärjestön valta alkoi Syyriassa ja Irakissa hiipua, pyrki Isis levittämään kauhua länsimaissa uudennlaisella viestillä: kuka tahansa voi olla terroristi.

Denotaatio

Rumiyahin kolmas numero julkaistiin 16.11.2016. Kansikuvassa on kerrostalo, josta on näkyvissä neljä kerrosta. Kerrostalossa on tapahtunut räjähdys – asunnot ovat hiiltyneitä ja ulkoseinä on kadonnut kokonaan räjähdysten seurauksena. Talon asunnoissa on paljon romua. Ensimmäisessä kerroksessa liikkuu henkilö, jolla on päällään haalarit ja kypärä. Hän ja kuvan etualalla olevat henkilöt näyttäisivät varusteidensa perusteella kuuluvan pelastushenkilökuntaan. Takaapäin kuvatuista henkilöistä osa näyttäisi olevan miehiä sivuprofiilinsa perusteella. Oikealla olevat kaksi henkilöä ovat liikkeessä mikä tuo kuvaan kiireen tuntua. Mustapipoisen miehen oranssin ja sinisen värisessä takissa lukee teksti AFAD.

Tulkinta

Kuvasta ei ole mahdollista suoraan tunnistaa, missä maassa räjähtänyt kerrostalo sijaitsee. Miehen takin selkämyksen teksti AFAD antaa kuitenkin vihjeen siitä, missä maassa räjähdys on tapahtunut. Internethaku sanasta AFAD johdattaa Turkkiin ja kirjainlyhennelmä tarkoittaa Turkin pääministerin kanslian alaista kriisinhallintaorganisaatiota (Ulkoministeriön blogit).

Yle uutisoi vuoden 2016 olleen erityisen verinen Turkissa – Isis teki useita iskuja maahan (Yle 4. 2.7.2017).

Mitä kuvassa ei näy, mutta mitä siitä voi päätellä – räjähdys on ollut suuri, joten iskussa menehtyneitä on ollut luultavasti useita. Kuva johdattaa ajatuksen siihen, että kenen tahansa kotiin voidaan iskeä. Kannessa käytetty propagandatekniikka on pelko / pelottelu. Kansikuvalla Isis pyrkii herättämään pelkoa ja samalla kerskailee saavutuksellaan. Järjestö on saattanut menettää alueita Syyriassa ja Irakissa, mutta esittelee olevansa silti elinvoimainen ja kykenevä terrori-iskuihin.

Denotaatio

Rumiyahin neljäs numero julkaistiin 7.12.2016. Kuvan oikeassa laidassa seisoo mustiin vaatteisiin pukeutunut mies, joka on kirjoittamassa muistilehtiöön. Miehen takana on poliisiajoneuvo, jossa on hälytysvalot päällä. Poliisiautoja on kuvassa useampi. Muistiinpanoja tekevän miehen takana on useampi henkilö, kuvan taka-alalla näkyy myös kaksi virkapukuun ja hattuun sonnustautunutta ihmistä. Kuvan etualalla olevista keltaisista ja punaisista nauhoista voi päätellä, että alue on poliisin eristämä ja paikalla on tapahtunut jonkinlainen onnettomuus.

Tulkinta

Poliisiauton, jossa on hätävilkut päällä, takaosassa on numerot 911. Tämä on Yhdysvaltojen hätänumero. Google-haku Isisin Yhdysvalloissa tekemistä terrori-iskuista johdatti uutistekstiin, jossa kerrotaan Ohion yliopistossa tapahtuneesta veitsihyökkäyksestä. Uutisessa mainitun FBI:n mukaan iskun tekijä toimi yksin eikä minkään terrorijärjestön käskystä. Uutistekstissä tuodaan kuitenkin esiin, että veitsi-iskun tekijä oli saanut vaikutteita Isisin propagandasta. Isis aiemmin kannusti toteuttamaan veitsi-iskuja (lone wolf attacks). Isis on kansikuvassa ottanut kunnian yhden henkilön tekemästä iskusta ja nostaa esiin onnistumistaan. Kannessa käytetään pelottelun propagandatekniikkaa. Äärijärjestö viestittää, että järjestöstä vaikutteita saavia on ympäri maailman ja terrori-isku voi tapahtua missä vain. (Cincinnati.com.)

Denotaatio

Rumiyahin viides numero ilmestyi verkossa 6.1.2017. Kuvassa etualalla palaa jotain, kuvasta on vaikea saada selvää, mikä on liekeissä. Kuvassa taka-alalla myös jokin palaa. Kuva näyttää siltä, että se on otettu illan hämärässä, mahdollisesti aavikolla. Maa näyttää hiekalta ja kuvan takaosassa oleva puu ja pensaat näyttävät sellaisilta, jotka kasvavat kuivalla maalla.

Tulkinta

Kansikuva tuo mieleen, onko Isis ottanut tuhoamisrepertuaariinsa uuden elementin – tulen. Verkkohaku sanoilla *"Isis using wild fires"* tuottaa hakutulokseksi uutisen, jossa viitataan

tammikuussa 2017 julkaistuun Rumiyahtiin. Julkaisun viidennessä lehdessä äärijärjestö kehottaa tuhopolttojihaadiin ja neuvoo sytyttämään tuleen muun muassa asuinrakennuksia, metsäalueita, tehtaita, kouluja, sairaaloita ja ravintoloita. Jihadisteja neuvotaan Rumiyahissa iskemään yöllä, jolloin ihmiset ovat vielä nukkumassa ja järjestämään teille tiesulkuja, jotta tulen tieltä ei päästäisi pakoon ja uhreja tulisi mahdollisimman paljon. (HStoday.us.)

Tässäkin kannessa Isis käyttää pelkoa propagandatekniikkana. Kansikuvassa Isis viestii, että kykenee keksimään yhä kauhistuttavampia taktiikoita pelotteluun ja kauhun herättämiseen. Tuli pahimmillaan on hallitsematon ja sen tuhovoima voi olla valtaisa. Kuka tahansa voi hankkia tulentekovälineet ja palo voidaan sytyttää miltei missä tahansa. Tuli myös symboloi alkukantaisuutta. Kansikuvan tarkoituksena on myös se, että Isis rohkaisee yksin toimivia jihadisteja toteuttamaan tuhopolttoja.

Denotaatio

Rumiyahin kuudes numero julkaistiin 4.2.2017. Numeron kannessa on lähikuva rakennuksesta, jossa on useampi kerros ja kerrokset näyttävät siltä, että ne kuuluvat samaan kokonaisuuteen. Ylimmässä kerroksessa näyttäisi olevan harmailla muovipressuilla peitetyjä ulkokalusteita. Toisesta kerroksesta on hankala saada selvää, ihan kuin kerroksessa olisi ravintolakalustusta. Alinta kerrosta koristavat viherkasvit ja kahden kerroksen välissä on pitkät, vaalean lilat verhot. Rakennuksen ylimmän kerroksen kohdalla kyltti, jossa lukee sana Reina.

Tulkinta

Kansikuvasta ei voi suoraan tulkita, missä päin maailmaa kuva on otettu. Tulee mieleen, että kyseessä on kohde, johon Isis on iskenyt. Kuvassa sana Reina antaa vihjeen ja hakusanat "*Reina Isis attack*" tuottavat tulokseksi uutisia Turkin pääkaupungissa Istanbulissa 1.1.2017 tapahtuneesta yökerhoiskusta. Satoja juhlijoita oli vastaanottamassa uutta vuotta, kun asemies avasi tulen – iskussa kuoli 39 henkilöä ja 79 haavoittui. (Al-Jazeera.com 2.1.2017.)

Rumiyahin kolmannen numeron kansi esitteli Turkissa toteutettua terroritekoa ja nyt Isis on toistamiseen valinnut maassa tehdyn terrori-iskun kansikuvaan. Yle uutisoi jo 15.8.2014 Isisin muodostuneen Turkille uhaksi niin koko lähialuetta sekasortoon ajavana

ulkopoliittisena tekijänä kuin järjestönä, joka on saanut jalansijan myös Turkin sisällä: sen luomat verkostot mahdollistavat terroriteon Turkin maaperällä (Yle 5. 15.8.2014). Turkki ja Syyria ovat rajanaapureita, joten Turkin pelko Isisin läheisyydestä on ollut todellinen.

Kansikuvalla Isis esittelee onnistunutta terroritekoaan ja suorastaan pröystäilee sillä. Lukijalle, joka on terrorijärjestön toimia vastaan, kuva toimii pelotteena. Kuva toimii myös varoituksena Turkille – voimme iskeä maahanne uudelleen. Kansi lähettää lisäksi viestin muulle maailmalle: pystyimme iskemään Turkissa, joten voimme toteuttaa iskun myös jossain toisessa maassa. Turkki on Euroopan kupeessa, joten Isis on jo siis iskenyt lähellä Euroopan rajoja. Selkeänä propagandatekniikkana kansikuvassa käytetään edelleen pelottelua. Kuva voi kannustaa muslimilukijoita liittymään Isisiin tai tukemaan sen toimia. Joku saattaa saada inspiraation Isisin onnistuneista terrori-iskuista ja ajatella, että miksi en liittyisi tukemaan pyrkimyksissään menestyvää äärijärjestöä. Tämän näkökulman huomioiden kannessa olisi näkyvissä myös kelkkaan hyppäämisen propagandatekniikka. Isisin esittelemät terroriteot inspiroivat liittymään mukaan jihadiin.

Denotaatio

Rumiyahin seitsemäs numero julkaistiin 7.3.2017. Julkaisun kannessa on keskellä mustapohjainen lippu, jonka yläosassa on kirjoitusta valkoisella ja lipun keskellä valkoinen ympyrä, jossa tekstiä mustalla. Kansi on pääasiassa musta, mutta lipun ympäriltä hehkuu kirkasta, sinertävää valoa. Alaosassa kantta on valkoinen tie, joka jatkuu kaukaisuuteen ja tien pää loistaa kirkkaana. Kansikuvan otsikkona on ”*Establishing the Islamic State*”, jonka alaotsikkona on teksti ”*Between the prophetic methodology and paths of the deviants*”. Vapaasti suomennettuna kannen teksti tarkoittaa seuraavaa: Islamilaisen valtion perustaminen – profeettallisen metodologian ja (tästä) poikkeavien polkujen välissä.

Tulkinta

Kuvassa on Islamilaisen valtion lippu, jossa on islamilainen uskontunnustus: ei ole muita jumalia kuin Allah ja Muhammed on hänen profeettansa. Tekniikkana on siirräntä: Isis liittää islamilaisen uskontunnustuksen itseensä. Kalifaatin tunnus loistaa reunoilta ja lippu esitetään ikään kuin messiaanisenä, ylimaallisena ilmestyksenä. Isisin lipun väri on musta, mistä tulee mieleen merirosvolippu. Isisin lippu varmasti herättää pelkoa. Rumiyahin tätä julkaisua aiemmat numerot ovat keskittyneet järjestön terroritekojen esittelyyn.

Seitsemännessä numerossa kansikuvalla palataan Dabiqin ensimmäisiin numeroihin, joiden kansikuvissa tuotiin esiin kalifaatin perustaminen. Kannen otsikko "*Establishing the Islamic State*" on väite – järjestö väittää, että islamilaista valtiota ollaan edelleen perustamassa. Kansikuvan alaotsikossa "*Between the prophetic methodology and the paths of the deviants*" käytetään väärän dilemman tekniikkaa. Dabiqin toinen kansikuva ja tämä Rumiyahein kansi toistavat sanomaa siitä, että Isisin kalifaatti on ainoa oikea. On monenlaisia tapoja esittää väärä dilemma, mutta yleisin metodi on esittää yksi syy tai yksi piirre. Propagandistin näkemys esitetään positiivisessa valossa ja kaikki kilpailevat näkemykset esitetään negatiivissävyyteisesti. On olemassa Isisin profeetallinen metodologia ja sitten on ne muut, Isisistä poikkeavat. Alaotsikossa sanan profeetallinen käyttö johdattaa ylevien sanojen propagandatekniikkaan. Isis liittää järjestöönsä sanan profeetallinen ja yrittää tällä mielikuvalla vahvistaa järjestön uskottavuutta kannattajiensa mielissä.

Mikä sitten Isisin tilanne on ollut seitsemännnen julkaisun ilmestyessä? Vuoden 2014 lopussa järjestön hallussa oli kolmasosa Syyriasta ja Irakista Isis oli vallannut kalifaatille noin 40% maan pinta-alasta. Seitsemäs numero on julkaistu maaliskuussa 2017 ja tässä vaiheessa Isis vielä julistaa kalifaattinsa vahvuutta, vaikka todellisuudessa järjestö jo kamppaili alueistaan. Irakissa sijaitseva Mosulin kaupunki vapautettiin järjestön vallasta heinäkuussa, kolmisen kuukautta seitsemännnen Rumiyahein julkaisun jälkeen. (WilsonCenter.org 28.11.2017.) Järjestön valta rakoili, mutta propaganda viesti kalifaatin vahvuutta.

Denotaatio

Kahdeksas ja viimeinen analysoitava Rumiyahein numero julkaistiin 4.4.2017. Kansikuvassa valkoista taustaa vasten on valkoiseen asuun pukeutunut mies, miehen asuun kuuluu huivin kaltainen päähine. Hänellä on paksu parta ja viikset. Miehen toisen käden etusormi on pystyssä ja toisella kädellään hän pitelee pientä vauvaa. Vauvallakin on päällään valkoinen asu ja hänen päänsä ympärille on kiedottu musta huivi, jonka keskellä on mustavalkoinen logo ja sen yläpuolella valkoisella kirjoitettu teksti. Kansikuvassa on pienellä teksti "*Among the believers are men*" ja sen alla nimi Shaykh Abu Sulayman Ash-Shami.

Tulkinta

Kansikuvassa oleva mies, Shaykh Abu Sulayman Ash-Shami, oli Dabiqin ja Rumiyaanin päätoimittaja. Hän kuoli ilmaiskussa tammikuussa 2017. CNN uutisoi, että hänen kuvansa ja elämäntarinansa on huomattavan samankaltainen 35-vuotiaan syyrialais-amerikkalaisen Ahmad Abousamran kanssa. CNN kirjoittaa, että hänellä oli johtava rooli Isisin propagandaoperaatiossa Syyriassa. Abousamran kasvoi Yhdysvaltojen Bostonissa ja radikalisoitui nuorena. Vuonna 2002 hän matkusti Pakistaniin terroristikoulutukseen. (CNN 7.4.2017.)

Kansikuva on ensimmäinen, jossa Isis esittelee ja nimeää järjestönsä jäsenen. Ilmaiskussa kuollutta kunnioitetaan kansikuvalla ja ajatuksena on mahdollisesti ollut, että hänet esitetään uskonsa ja järjestönsä puolesta kuolleen marttyyrina. Päätoimittaja katsoo kuvassa suoraan lukijaan ja ilme viestii itsevarmuutta, yksi sormi on kohotettu ilmaan ikään kuin voiton merkiksi. Kuvassa olevan vauvan henkilöllisyys ei tule selville, onko kyseessä Abousamranin oma lapsi vai jonkun muun. Kenties vauva on valokuvaa muokkaamalla lisätty kansikuvaan. Vauvan pään ympärillä olevassa huivissa on Isisin lippu. On suorastaan röyhkeän rohkeaa äärijärjestöltä laittaa pieni lapsi kantamaan Isisin tunnusta. Tällä Isis tahtonee viestittää, että kansikuvassa esiintyvä Abousamran on kuollut, mutta seuraava sukupolvi on jo olemassa ja tulee jatkamaan Isisin toimintaa. Vauvan huivissa toistetaan muutamasta muusta kansikuvasta tuttua propagandatekniikkaa, siirräntää. Muslimeille tärkeä rukous, islamin uskontunnustus, liitetään taas äärijärjestöön.

Kansikuvan otsikko *"Among the believers are men"* viittaa kuolleeseen päätoimittajaan. On uskovia, mutta sitten heidän joukossaan on niin sanotusti tosimiehiä. Propagandatekniikkana on väite. Päätoimittaja on ollut edistämässä Isisin agenda ja hän on siten ollut islamin uskon todellinen edustaja. Rivien välistä vihjaillaan, että on olemassa vähemmän uskovaisia ja sitten enemmän uskovaisia: et ole oikea uskovainen, mikäli et aja Isisin agenda. Väitteellä yritetään vaikuttaa vastaanottajien mieliin ja houkutellaan liittymään Isisin toteuttamaan jihadiin.

Tässä kappaleessa kansikuvista tarkasteltiin niiden ilmeistä merkitystä, eli denotaatiota sekä pohdittiin konnotaatiota, eli mitä Isis haluaa kansikuvilla viestiä ja millaisia propagandatekniikoita verkkojulkaisujen kansissa käytettiin. Seuraavassa kappaleessa esitellään analyysin tulokset.

5. Tulokset ja pohdinta

Tämän pro gradu -tutkielman tarkoituksena on tunnistaa Isisin verkkojulkaisuissa käytettyjä propagandakeinoja. Isis tuli tunnetuksi raa´asta väkivallasta sekä pelon lietsomisesta ja tämä näkyy myös äärijärjestön propagandajulkaisujen kansikuvissa. Dabiq-lehden kansikuvissa pelon propagandakeinoa käytetään eniten – kyseinen propagandakeino on havaittavissa kolmessa Dabiqin julkaisussa. Dabiqin numeroissa 2 ja 8 pelottelun keinoa käytetään kerran ja Dabiqin neljännessä numerossa pelottelun keino on käytössä kaksi kertaa. Numerossa 2 Isis maalailee uhkakuvia ja väittää, että katastrofi seuraa, mikäli järjestön ohjeita ei noudateta. Pelottelun keinossa tärkeää on se, että uhan lisäksi esitetään tapa torjua se. Toisen numeron kansikuvassa tuodaan esiin, että keino välttyä uhalta on islamilaisen valtion tukeminen. Dabiqin neljännessä numerossa pelko on käytössä kaksi kertaa. Neljännen julkaisun kannessa Isisin lippu on nostettu Vatikaanissa sijaitsevan tornin lippusalkoon. Kansikuva viestii pelkoa, sillä se herättää huolen siitä, että järjestö tulee mahdollisesti hyökkäämään Eurooppaan ja katolilaisen uskonnon sydämeen. Kansikuvassa pelkoa käytetään toisen kerran, kun kannen otsikko yhdistetään lehden tekstisisältöön. Isis pelottelee, että heitä vastaan kohdistetut hyökkäykset tulevat epäonnistumaan. Pelottelun keino on lisäksi käytössä Dabiqin julkaisussa numero 8, missä Isis uhkaa, että sharia-laki tulee pian hallitsemaan koko Afrikkaa.

Väitteen propagandakeino on käytössä kolmessa Dabiq-lehdessä. Ensimmäisessä numerossa Dabiq väittää, että kalifaatti on palannut. Lehden viidennessä numerossa kansikuvan otsikossa väitetään, että Isis on edelleen olemassa ja sen hallitsema alue laajenee yhä. Dabiqin kahdeksannessa julkaisussa Isis väittää, että sharia-laki tulee hallitsemaan Afrikkaa.

Siirrännän keinoa on käytetty kaksi kertaa: Dabiqin julkaisuissa numero neljä sekä viisi. Neljännessä numerossa siirräntään käytetään Isisin tunnuslippua ja viidennessä numerossa siirrännän symbolina on muslimien pyhä paikka Kaaba.

Väärän dilemman, kelkkaan hyppäämisen, todistuksen sekä nimittelyn propagandakeinoja käytetään jokaista yhden kerran. Väärä dilemma on käytössä Dabiqin toisen numeron kannessa. Isis tarjoaa kaksi vaihtoehtoa: joko islamilainen valtio hallitsee tai muutoin tapahtuu kauheita. Väärään dilemmaan kuuluu se, että on olemassa vain yksi

ryhmä, joka tarjoaa pelastuksen – tässä tapauksessa se on Isis. Kelkkaan hyppäämisen propagandakeinoa käytetään Dabiqin kolmannen numeron kansikuvassa, jossa muslimeja kehoitetaan liittymään muuttoaaltoon, joka suuntautuu Isisin hallitsemalle alueelle. Kannessa on joukkio, joka matkaa jo taittaa. Todistuksen propagandakeinoa terroristijärjestö käyttää Dabiqin julkaisussa numero 6. Kansikuvan tulkintaan joutui hakemaan tukea lehden tekstisisällöstä. Lehden kansikuvaan viittaavassa artikkelissa Isis-taistelija kehuu vuolaasti järjestöä – hän on todistaja suoraan Isisin riveistä. Todistajan lausunnolla järjestö hakee tukea toiminnalleen ja mustamaalaa kilpailijaterroristeja, al-Qaidaa. Tuleehan todistajan näkemys suoraan järjestön ytimeistä. Lisäksi yhden kerran on käytetty nimittelyn propagandakeinoa. Tämä tehtiin Dabiqin seitsemännessä numerossa, missä pilkataan Ranskassa tapahtuneen terrori-iskun jälkeen sosiaalisessa mediassa esiintynyttä Je suis Charlie-liikehdintää. Seuraavassa kappaleessa käydään läpi Rumiya-lehden kansikuvista tunnistetut propagandakeinot.

Rumiya-julkaisuissa eniten käytetyin propagandakeino on pelko / pelottelu. Se on käytössä jokaisessa Rumiya-numeroiden 1-6 kansikuvissa. Rumiya-ensimmäisen lehden kansikuvassa on itsemurhapommittaja. Ajatus tällaisesta on pelottava heille, jotka eivät tue Isisiä. Itsemurhaisku voidaan toteuttaa missä vain. Propagandalehden toisen numeron kansikuvassa pelottelun välineenä toimii veren tahraama veitsi. Kolmannen numeron kannessa Isis esittelee räjäyttämänsä rakennusta ja lähettää edelleen saman viestin siitä, että järjestö voi iskeä missä tahansa. Neljännen Rumiya-kannessa sama aihepiiri jatkuu: kannessa on kuvattuna rikospaikka niin sanotun yksinäisen suden toteuttamasta veitsi-iskusta. Viidennessä kansikuvassa järjestö on lisännyt tulen elementin pelottelurepertuaariinsa. Kuudennen numeron kansikuvassa esitellään taas järjestön tekemää terrori-iskua Turkissa. Pelottelun keinona on se seikka, että Isis kolkuttelee jo Euroopan ovella.

Pelottelun propagandakeino on pääosassa Rumiya-julkaisuissa, mutta myös muutama muu keino on lehtien kansista tunnistettavissa. Siirrää Rumiya-lehtien kansissa käytetään kaksi kertaa. Rumiya-seitsemännessä kansikuvassa sen pääosassa on Isisin tunnuslippu, jossa on islamin uskontunnustus. Sama siirrännä keino on käytössä myös kahdeksannessa numerossa, missä uskontunnustus toistetaan vauvan päähän sidotussa huivissa.

Väärän dilemman propagandakeino on käytössä lehden seitsemännessä numerossa. Isis viestittää kannessa, että on olemassa Isisin profeetallinen metodologia ja sitten ovat ne muut, Isisistä poikkeavat. Isisin kalifaatti on ainoa oikea. Samaisessa seitsemännen lehden kansikuvassa terroristijärjestö käyttää myös väitettä propagandakeinona: kannessa on teksti ”*Establishing the Islamic State*”, jolla Isis väittää islamilaisen valtion perustamisaikeiden olevan edelleen voimassa.

Ilmeisin Dabiqin ja Rumiyahein kansikuvassa käytetty propagandakeino on pelko. Tämä ei sinänsä tule yllätyksenä, sillä onhan Isis tullut tunnetuksi julmista otteistaan. Se tulee yllätyksenä, että kuudentoista julkaisun kansiin on mahdutettu mitä erilaisimpia pelottelun keinoja. Isis käyttää hyväkseen Raamatusta tuttua vedenpaisumusmyyttiä, esittelee yhdessä kannessa verisen veitsen, toisessa itsemurhapommittajan, mahtaillee toteuttamillaan terrori-iskuilla ja kauhua levittääkseen ottaa taisteluvälineekseen vielä tulen. Länsimaille kansikuvat näyttävät kauhistuttavina. Tulee myös mieleen näyttävätkö Isisin kannet pelottavina myös lehtien kohdeyleisölle ja alkaako järjestön propaganda ikään kuin toimia itseään vastaan: järjestön toiminnan raakamaisuus karkottaa potentiaaliset Isisin tulevat jäsenet. Isisin alueelle lähti tuhansia taistelijoita länsimaista, joten moneen järjestön kauhun kampanja on kuitenkin tehonnut. Täytyy myös muistaa, että Dabiq ja Rumiyahe ovat olleet vain osa järjestön propagandaa ja Isis on levittänyt propagandaansa muun muassa sosiaalisen median kanavissa.

Pelon lisäksi Isisin lehtien kansikuvista on kuitenkin myös tunnistettavissa muita klassisia propagandakeinoja. Teoriakappaleessa esitellyistä kymmenestä propagandakeinosta kansikuvissa on käytössä seitsemän: pelko, väite, siirräntä, väärä dilemma, kelkkaan hyppääminen, todistus sekä nimittely. Osa teoriaosuuden propagandakeinoista juontaa juurensa kauas 1930-luvun lopulle, mutta samanlaisia keinoja on edelleen tunnistettavissa 2010-luvulla Isisin verkkolehdistä. Amerikkalaisen propagandan tutkimusinstituutin määrittelemät propagandatekniikat ovat siten kestäneet hyvin aikaa.

Onnistuttiinko semioottisella kuva-analyysillä vastaamaan tutkimuskysymykseen siitä, millaisia propagandakeinoja Isisin propagandalehtien kansikuvista on havaittavissa? Tähän voisi vastata kyllä, sillä kymmenestä esitellyistä propagandakeinosta seitsemän oli kansikuvissa käytössä. Johdannossa pohdittiin, onko Isisin propaganda muutakin kuin väkivallan esittelyä. Analyysiin valituissa kansikuvissa väkivalta ja pelon ilmapiirin luominen olivat pääosassa, mutta järjestön propagandasta paljastui myös muita elementtejä. Näihin

tutustutaan johtopäätökset-kappaleessa. Tutkimusmetodi denotaatio-konnotaatio-erottelu vastasi odotuksia: kansikuvien denotaatio, eli ilmeinen merkitys oli helppo työstää, mutta konnotaation, eli tulkinnan kokoaminen aiheutti paikoin hankaluuksia. Barthes on ilmaissut, että kuvassa esiintyvä teksti ankkuroi kuvan merkityksen. Tämä piti aineiston kohdalla paikkaansa, sillä itse kuva ei aina kertonut merkityksestä ja kannessa käytetystä propagandakeinosta, vaan tulkinnan luomisessa tuli tukeuduttua paljon kansien tekstiosioihin. Tämä tuli analyysivaiheessa yllätyksenä ja osassa kansikuvissa apua tulkintaan tuli etsiä Dabiqin ja Rumiyahein tekstisisällöstä. Kansikuvien tulkinnassa täytyi myös tukeutua internethakuihin ja uutisaineistoon Isisiin liittyen. Kansikuvan merkityksen ymmärtäminen oli paikoin siis haastavaa, mutta lopulta ei kuitenkaan mahdotonta.

Mitä uutta tutkimus sitten paljastaa aiheesta? Isis on profiloitunut poikkeuksellisen raa'aksi ääri-islamistiseksi järjestöksi, mutta tämä tutkielma avaa hieman sitä, että heidän propagandansa perustuu kuitenkin myös muihinkin aiheisiin, kuin pelkästään huomionhakuun väkivallalla. Entä voiko tapaustutkimuksen pohjalta tehdä yleistyksiä? Aineiston pohjalta voi hahmottaa yleislinjoja Isisin propagandan suhteen, mutta aineiston avulla ei luonnollisestikaan voi saada kokonaiskuvaa järjestön propagandasta, sillä propagandalehtien lisäksi ääriryhmä levittää propagandaansa muissa yhteyksissä, esimerkiksi eri sosiaalisen median kanavissa. Analyysin tulokset eivät siten ole sovellettavissa muihin aineistoihin, vaan ajatukset Isisin käyttämisestä propagandakeinoista koskevat juuri tätä aineistoa. Mikäli aineistona olisivat olleet kaikki Dabiqin ja Rumiyahein kansikuvat tai molemmat propagandalehdet kokonaisuudessaan, olisivat havainnot järjestön propagandan sisällöstä luonnollisesti tarkkanäköisempiä. Se tulee myös huomioda, että semiotikassa tulkintoja on niin monta kuin tulkitsijoitakin. Kansikuvien tulkinta perustuu lopulta subjektiiviseen näkemykseen, jokin toinen tulkitsija mahdollisesti löytäisi kuvista täysin erilaisen merkityksen. Subjektiivisuudenkin voi kyseenalaistaa, kuten Anttila (2005, 109-110) tekee: merkitykset eivät koskaan ole puhtaasti subjektiivisia, vaan sosiaalinen todellisuus, yhteiskunta ja kulttuuri asettavat rajoja merkitykselle.

6. Johtopäätökset

Denotaation ja konnotaation jälkeen kuva-analyysissä voidaan siirtyä Anttilan (2006) mainitsemaalle henkilökohtaiselle tasolle, missä tulkinnan tulokset kootaan yhteen. Edellisessä kappaleessa mainitusta pelon ilmapiirin luomisesta kansikuvista on lisäksi

havaittavissa, että Isisin maailma on kovin maskuliininen. Naiset loistavat poissaolollaan analyysiin valituissa kansikuvissa. Toinen sukupuoli on kuitenkin edustettuna Dabiqin ja Rumiyahin tekstiosioissa. Naisia on liittynyt Isisin riveihin: kalifaatin kukistuttua noin 70 000 naista ja lasta on odottanut al-Holin pakolaisleirillä tietoa tulevaisuudestaan (Helsingin Sanomat 31.5.2020). Analyysiin valittujen terroristijärjestön propagandalehtien kansikuvissa naisia ei näy, mutta Isis on varmasti kohdistanut propagandaansa muissa yhteyksissä myös heille. Tulkki (2016) on gradussaan tarkastellut sukupuolen rakentumista Isisin lehdissä.

Kansikuvista päätellen Isisin propaganda nojaa osin nostalgiaan. Menneiden aikojen kalifaatin kukoistusta yritetään tuoda nykypäivään. Propagandasta nousee esiin myös ajatus utopiasta. Isisin ajatus kalifaatin kestävydestä on suorastaan utopistinen. Järjestö onnistui kyllä valloittamaan suuren alueen itselleen, mutta ajatteliko se, että Isisin kauhulla johtamaa valtiota katsottaisiin hyvällä muualla maailmassa. Ajatus uuden kalifaatin pysyvyydestä on alkujaankin ollut epärealistinen, minkä Isisin kohtaama vastarintakin osoitti: kalifaatin hallitsema alue lopulta menetettiin.

Kansista nousee esiin myös se, että Isis, valitettavasti, onnistuneesti luo arvaamattomuuden ilmapiiriä ympärilleen. Ryhmä voi iskeä miltei missä vain, milloin vain ja millä tahansa väkivallan välineellä. Järjestö lisäksi luo vastakkainasettelua kansikuvissaan ja yksinkertaistaa maailmaa me vastaan muut-asetelmaan. Voi ajatella, että järjestö käyttää tarinallisuutta propagandassaan ja luo klassista sankari-vihollinen-vastakkainasettelua niin, että tässä tapauksessa Isis on se sankari, joka kalifaatillaan laittaa maailman järjestykseen. Isis luo vääräuskoisista vihollista. Kuten Pörsti toteaa (2016), propaganda perustuu muun muassa yksinkertaistettujen kertomusten levittämiseen. Kansissa Isis myös rakentaa me-henkeä ja kannustaa ihmisiä liittymään riveihinsä. Toisaalta taas, järjestö rohkaisee ihmisiä toteuttamaan terroritekoja yksin, mutta Isisin nimissä.

Kun Dabiqin kylä menetettiin, vaihtui lehden nimi Rumiyahiin. Samalla lehden viestintästrategiakin vaikutti muuttuvan kalifaatista kauhuun. Dabiq-julkaisujen kansissa keskityttiin kalifaatin perustuksen luomiseen, kun taas Rumiyahin kansissa luodaan pelon ilmapiiriä ja esitellään järjestön toteuttamia terrori-iskuja. Kalifaatin rakoilu näkyy kansikuvissa ja Isisin taktiikka palaa Rumiyahin kansikuvissa takaisin kauhun kampanjaan. Rumiyahit kannet ovat kirjaimellisesti Dabiqia verisempiä.

Uhosta utopiaan – ja lopulta unohduksiin?

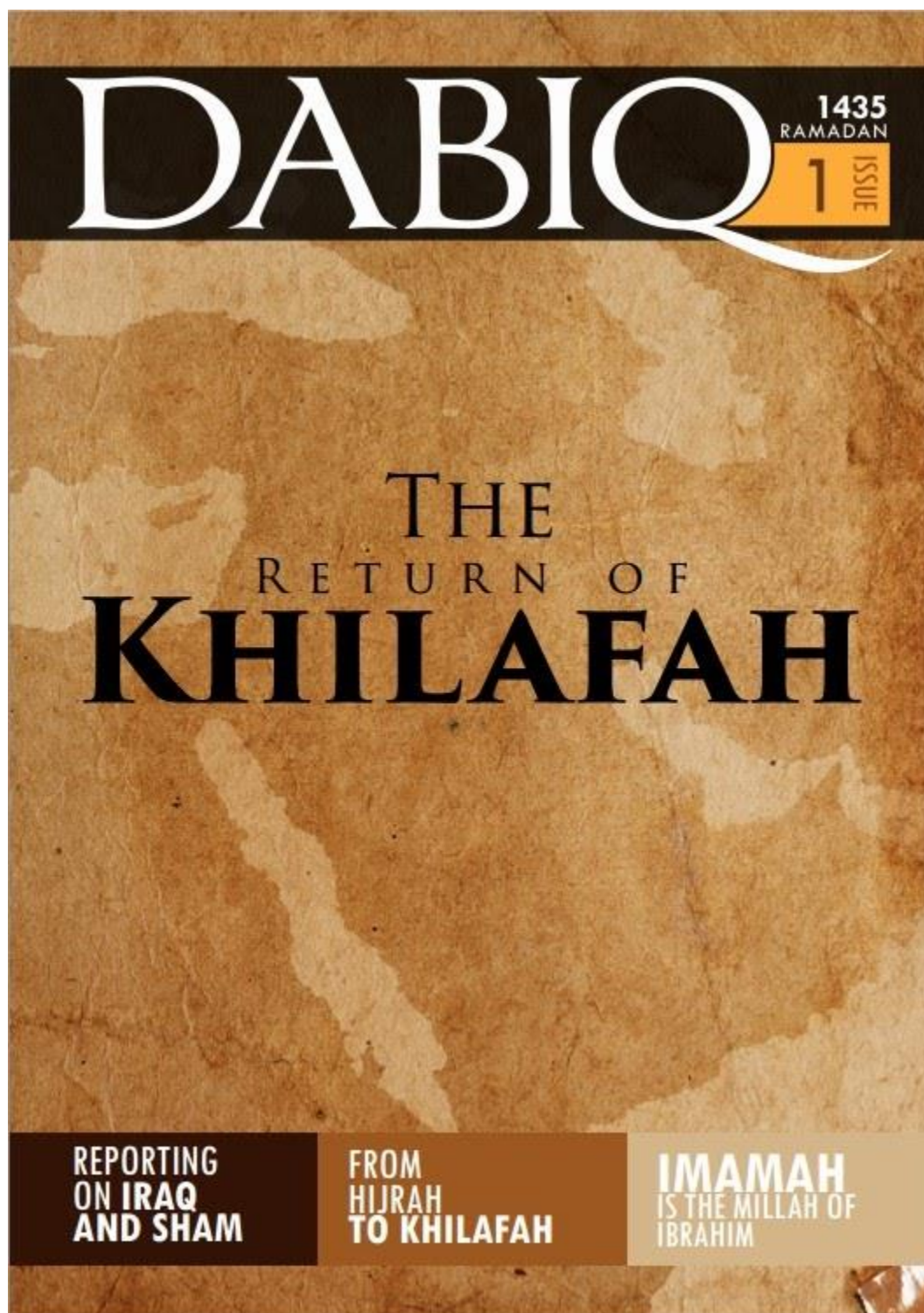
Isis menetti kalifaatin tarpeisiin valloittamansa alueen ja järjestön terrorikampanja tuntui menettäneen voimaansa. Mitä järjestölle kuuluu nyt? Helsingin Sanomat uutisoi tämän vuoden alussa, että Isisin toiminta ei ole lakannut, vaan sen tukialue on vain vaihtanut paikkaa. Isisiä vastaan noustiin Syyriassa ja järjestö siirtyikin sieltä Afrikkaan, Saharan eteläpuolisille alueille. Isis sekä muut radikaalit islamistiryhmät voivat hyvin ja vahvistuvat uusilla seuduilla. Helsingin Sanomat kirjoittaa, että länsimaiden turvallisuuden kannalta, sillä ei ole paljon eroa, onko radikaali islamismi voimissaan Lähi-idässä vaiko sitten Afrikassa. (HS 25.1.2020.) Isis ei siten ole painunut unohduksiin. Äskettäin Itävallan Wienissä tapahtui terrori-isku, jossa 5 ihmistä sai surmansa. Poliisin kuoliaaksi ampumalla miehellä oli maan viranomaisten mukaan kytköksiä jihadistijärjestö Isisiin. (HS 3.11.2020.)

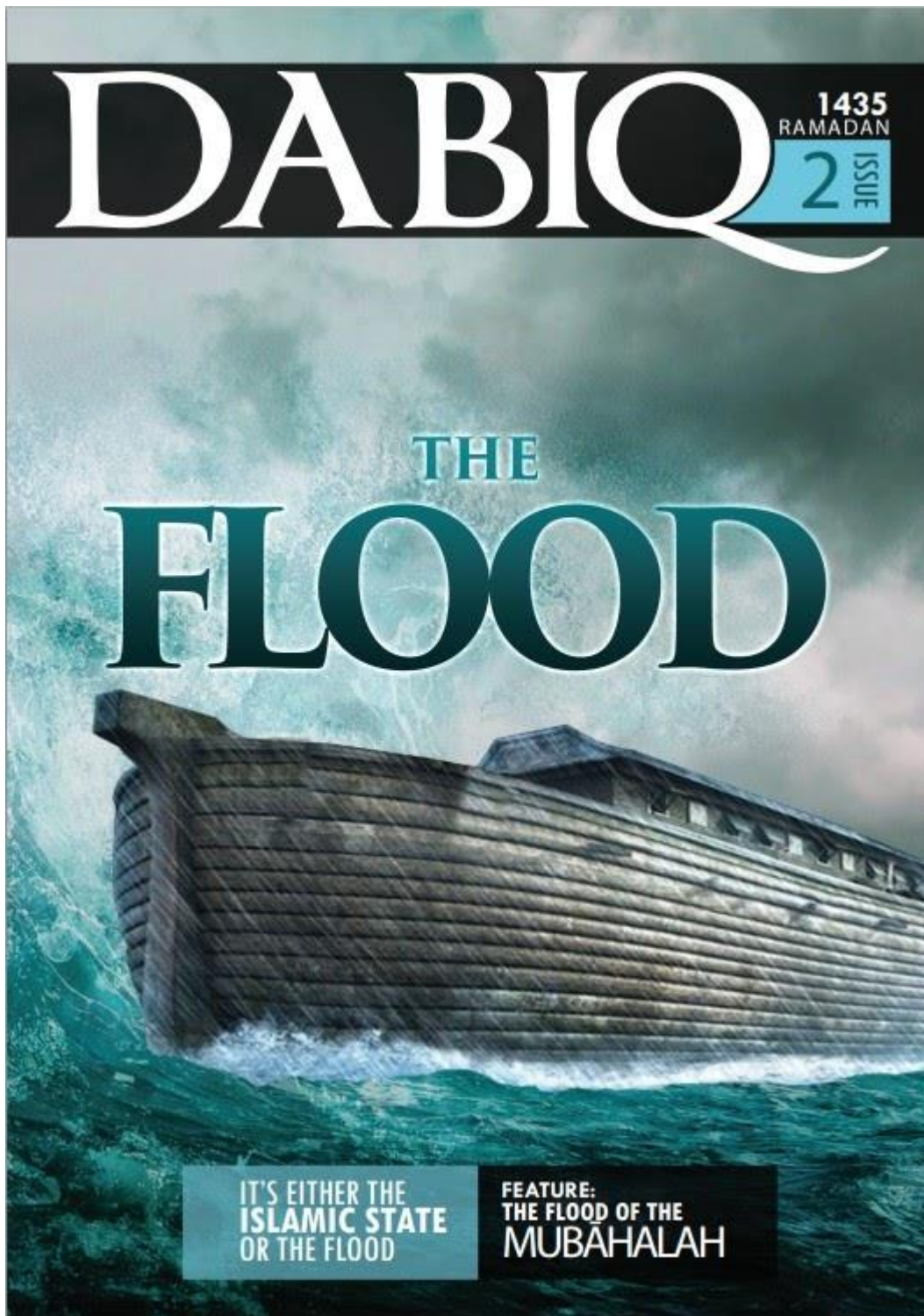
Rumiyah julkaistiin viimeisen kerran vuonna 2017 – propagandalehti ehti ilmestyä tuolla nimellä ainoastaan noin vuoden päivät. Isis on kuitenkin jatkanut propagandan levittämistä muissa yhteyksissä. BBC uutisoi syyskuussa, että tutkijat ovat löytäneet 90 000 tiedostoa Isisiin liittyvää propagandaa ja dokumentteja sekä videoita löytyi yhdeksällä eri kielellä. Digitaalisella arkistolla on noin 10 000 vierailijaa kuukausittain. Tiedostoissa oli ohjeita siihen, miten suunnitella ja toteuttaa terrori-isku alusta loppuun. Data ei ole yhdellä palvelimella, vaan niitä on useita. Informaatiota on siten mahdotonta poistaa. (BBC 2. 3.9.2020.) Isisin propagandan tuottaminen ei ole pysähtynyt, vaan päinvastoin – sen perässä on hankala pysyä.

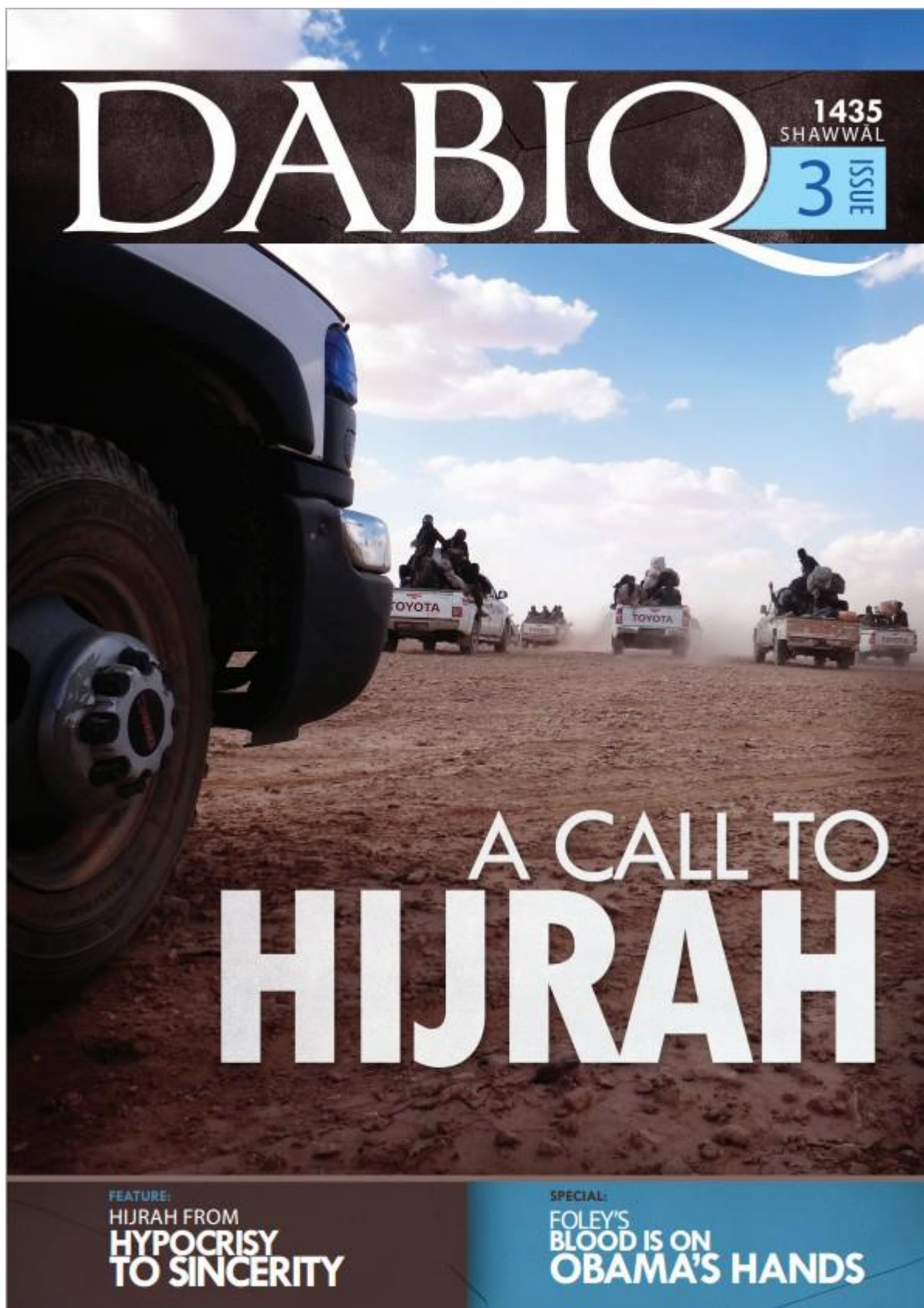
Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli keskittyä käsitteinä propagandaan ja propagandakeinoihin sekä semiotiikkaan, sekä metodologisena lähtökohtana käytettiin Barthesin ajatusta denotaatiosta ja konnotaatiosta. Aineistona toimi Isisin propagandalehtien Dabiqin ja Rumiyahin kansikuvat, joista analyysin avulla oli tarkoitus tunnistaa niissä käytettyjä propagandakeinoja. Tutkimusta voisi jatkaa esimerkiksi tutustumalla kyseisten lehtien kuva-aineistoon kokonaisuudessaan, tai sitten siirtyä havainnoimaan esimerkiksi järjestön sosiaalisessa mediassa jakamaa kuvallista propagandaa. Isis ei ole kadonnut maailman kartalta, joten tutkimusta äärijärjestön propagandasta olisi tulevaisuudessa tärkeä jatkaa.

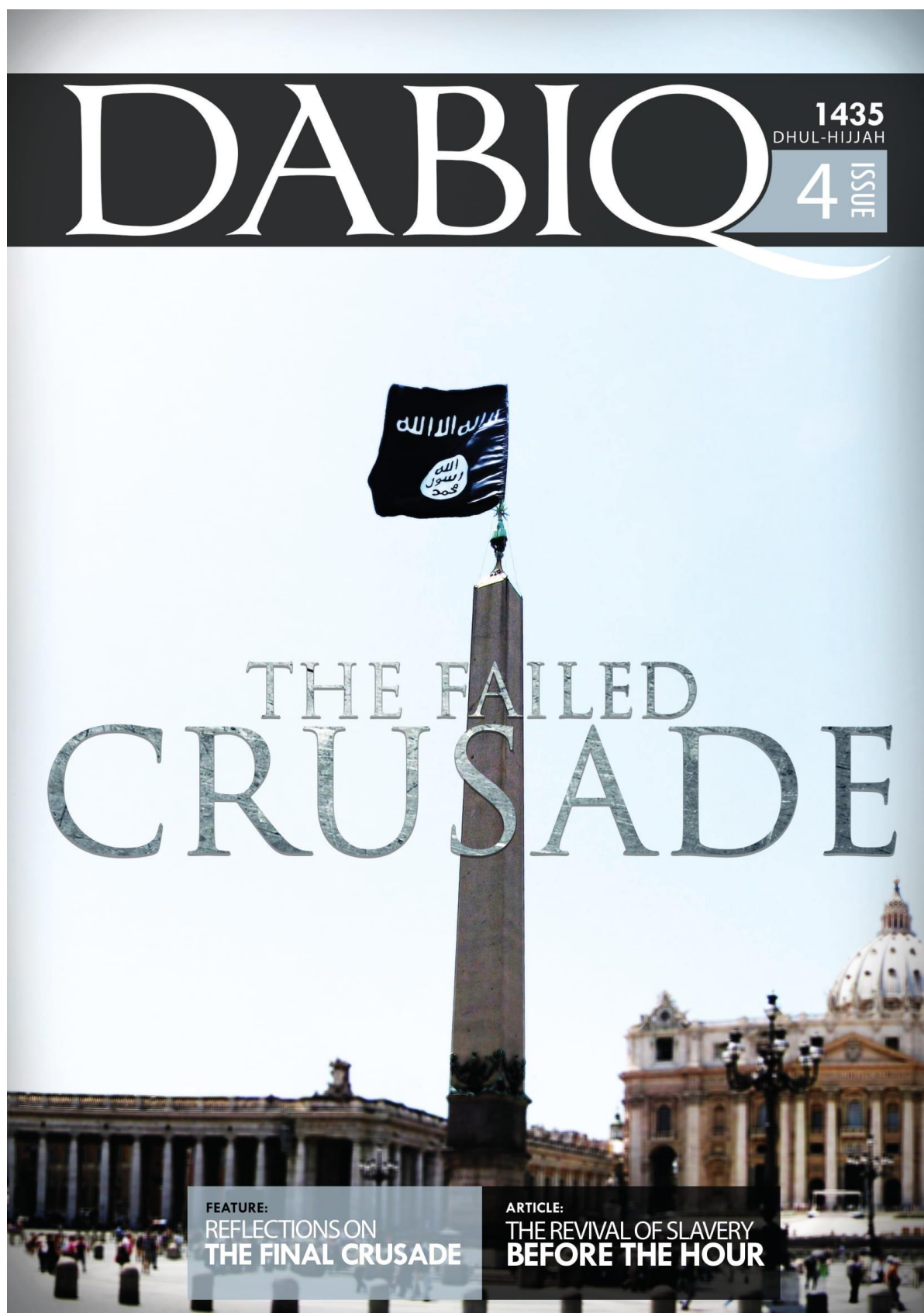
7. Liitteet

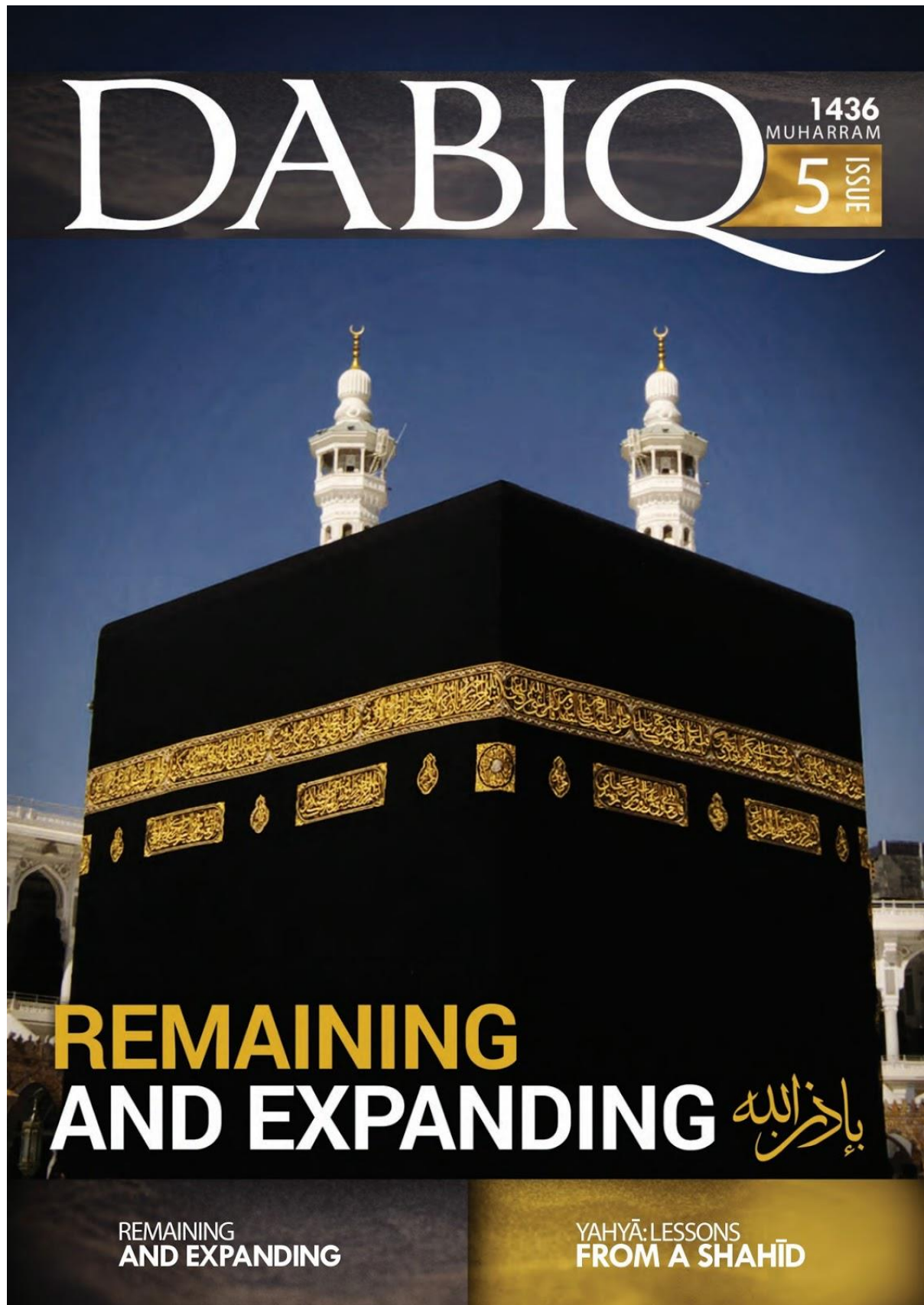
Liite 1. Dabiq 5.7.2014

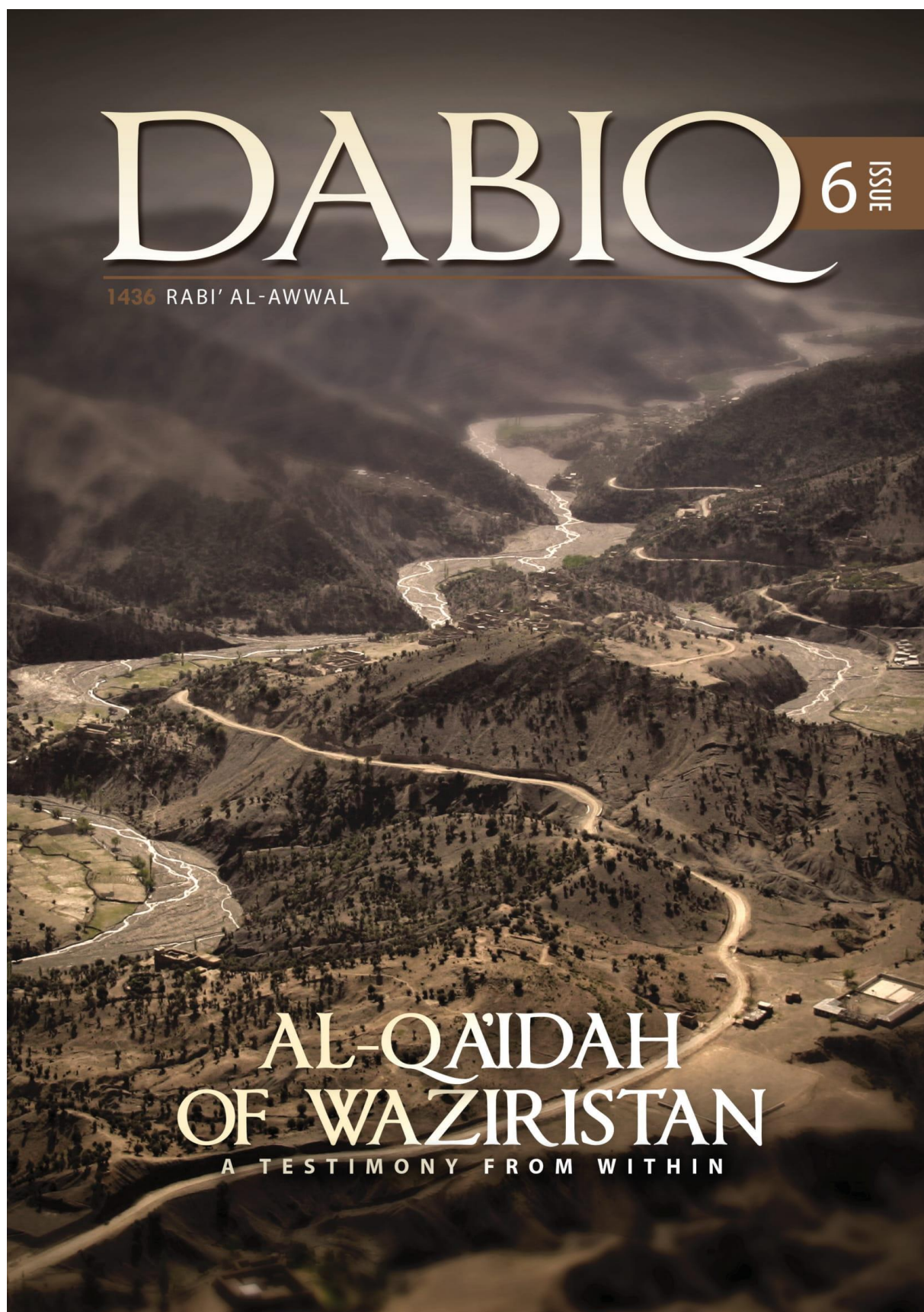














DABIQ

8 ISSUE

1436 JUMADA AL-AKHIRAH



SHARI'AH ALONE
WILL RULE AFRICA



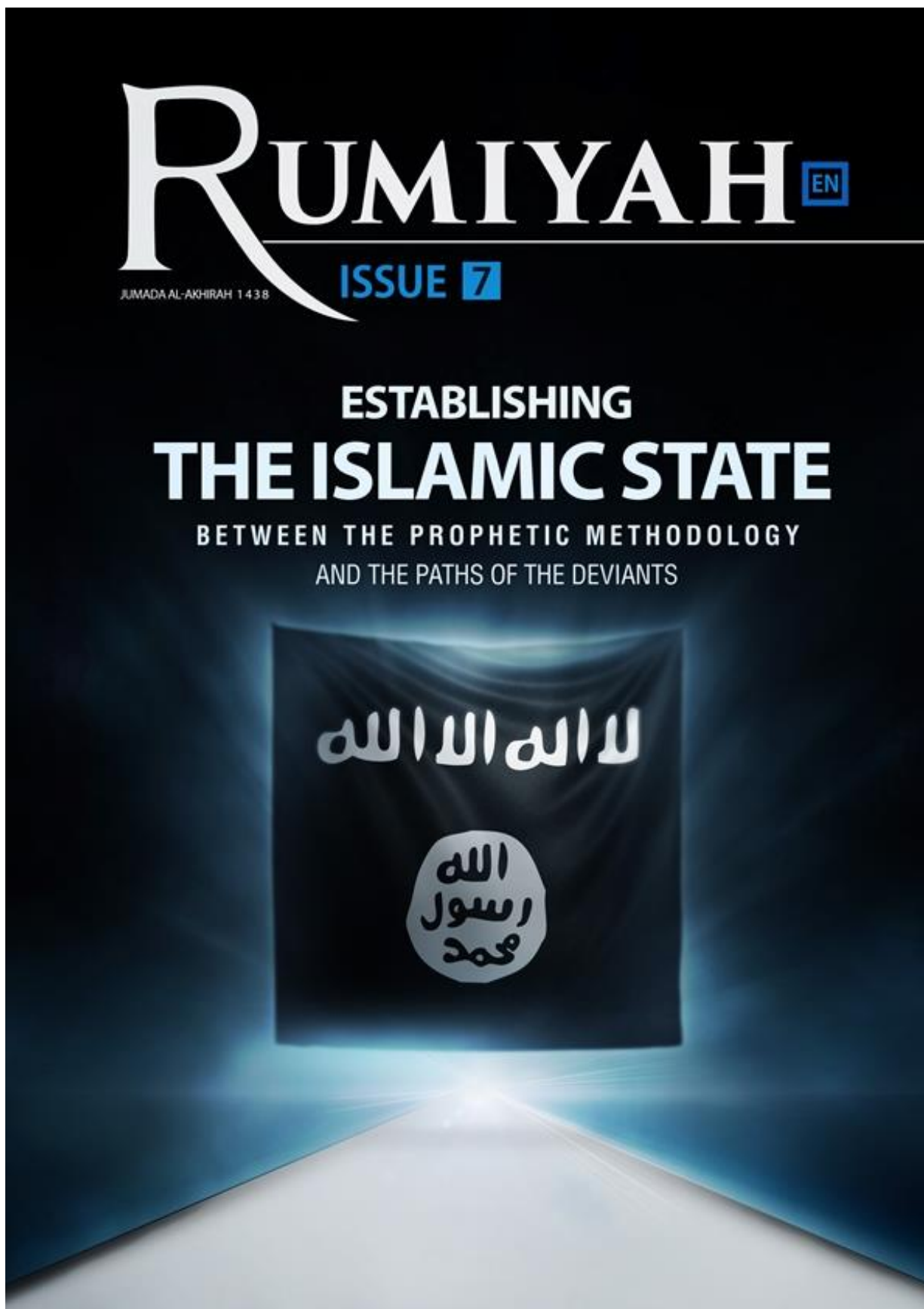








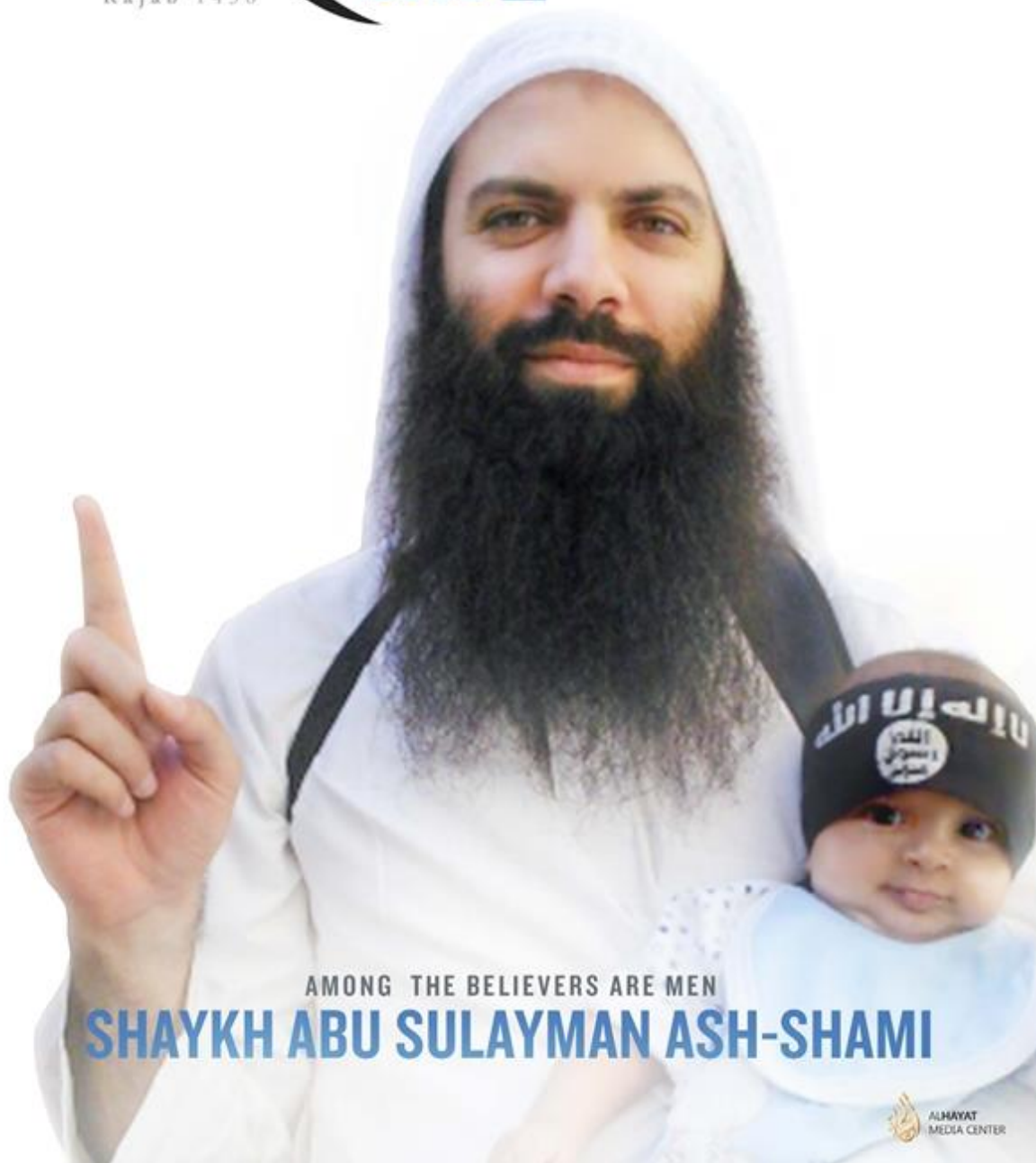




RUMIYAH EN

Rajab 1438

ISSUE 8



8. Lähteet

- Al-Jazeera. 2.1.2017. Istanbul: ISIL claims responsibility for REINA attack. Haettu 9.11.2020.
<https://www.aljazeera.com/news/2017/1/2/istanbul-isil-claims-responsibility-for-reina-attack>
- Anttila, P. (2006) *Tutkiva toiminta ja ilmaisu, teos, tekeminen*. Akatiimi Oy. Hamina. 2. painos
- Bauer, M. W. & Gaskell, G. (2000) *Qualitative researching with text, image and sound. A practical handbook*. Sage Publications.
- BBC 1. 4.10. 2016. Dabiq: Why is Syrian town so important for IS? Haettu 9.11.2020.
<https://www.bbc.com/news/world-middle-east-30083303>
- BBC 2. 3.9.2020. Islamic State: Giant library of group`s online propaganda discovered. Haettu 9.11.2020
<https://www.bbc.com/news/technology-54011034>
- Britannica.com. Hijrah. Haettu 8.11.2020. <https://www.britannica.com/event/Hijrah-Islam>
- Bröckling, Micha, Fritsch, Carola, Haider, Monzer & Yalman, Tulin. (2018-2019) “*Kill them wherever you find them*” – *Radicalizing narratives of the “So-Called” Islamic State Via the Online Magazine Rumiya*. Journal for deradicalization.
- Cincinnati.com. Ohio State attacker influenced by ISIS propaganda, FBI determines. Haettu 9.11.2020
<https://eu.cincinnati.com/story/news/2017/11/27/osu-officer-and-fairfield-grad-speaks-out-2016-attack-injured-11/898656001/>
- Clarion Project 1. (10.9.2014) Islamic State’s (ISIS, ISIL) Horrific Magazine. Haettu 15.4.2018. <https://clarionproject.org/islamic-state-isis-isil-propaganda/>
<https://clarionproject.org/about-us/anda-magazine-dabiq-50/>
- Clarion Project 2. (2018) About Clarion Project. Haettu 27.6.2018.
<https://clarionproject.org/about-us/>
- CNN. 7.4.2017. ISIS lifts veil on American at heart of its propaganda machine. Haettu 9.11.2020
<https://edition.cnn.com/2017/04/06/middleeast/isis-american-propaganda-editor/index.html>

Colas, B. (2017) *What Does Dabiq Do? ISIS Hermeneutics and Organizational Fractures within Dabiq Magazine*. Studies in Conflict & Terrorism.

Dabiq nro. 4. 11.10.2014. Haettu 8.11.2020. <https://clarionproject.org/docs/islamic-state-isis-magazine-Issue-4-the-failed-crusade.pdf>

Dabiq nro. 6. 29.12.2019. Haettu 8.11.2020. <https://clarionproject.org/docs/isis-isil-islamic-state-magazine-issue-6-al-qaeda-of-waziristan.pdf>

Droogan, J. & Peattie, S. (2017) *Mapping the thematic landscape of Dabiq magazine*. Australian Journal of International Affairs.

Fiske, John. (1992) *Merkkien kieli. Johdatus viestinnän tutkimiseen*. Vastapaino. Tampere.

Heck, A. (2017) *Images, visions and narrative identity formation of ISIS*. Global Discourse.

Helsingin Sanomat. 20.8.2014. Isisin teloittama James Foley oli intohimoinen kuvajournalisti - "Isisin julkaisema video on aito". Haettu 17.4.2018. <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000002754841.html>

Helsingin Sanomat. 20.7.2016. Isis innoittaa yksinäisiä susia terrori-iskuihin länsimaissa – "Käskää ihmisiä iskemään siellä, missä he asuvat. Haettu 8.11.2020. <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000002911743.html>

Helsingin Sanomat. 25.1.2020. Pääkirjoitus. Isis ei ole kuollut, vaan sen tukialue on vain muuttanut paikkaa. Haettu 9.11.2020. <https://www.hs.fi/paakirjoitukset/art-2000006383815.html>

Helsingin Sanomat. 31.5.2020. Al-Hol on Lappeenrannan kokoinen telttakylä, jossa Isisin naisjäseniä on yli 50 maasta. Haettu 9.11.2020. <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000006525413.html>

Helsingin Sanomat. 3.11.2020. Kuusi kysymystä ja vastausta Wienin terrori-iskusta: Mitä tiedetään pääepäillyn motiiveista ja mitä iskun tekotavasta voi päätellä? Haettu 9.11.2020 <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000006935291.html>

Helsingin uutiset. 28.11.2016. Suomessa satoja sharia-lain kannattajia – HS: "Islamilainen tuomioistuim ei sovi Suomeen". Haettu 8.11.2020 <https://www.helsinginuutiset.fi/paikalliset/1556649>

HStoday.us. Homeland Security Today us. Haettu 9.11.2020 <https://www.hstoday.us/subject-matter-areas/counterterrorism/isis-claims-escalating-use-of-wildfire-arson-as-terror-tactic/>

Ingram, H. J. (2016) *Analysis of Inspire and Dabiq: Lessons from AQAP and Islamic State's Propaganda War*. Studies in Conflict & Terrorism.

Jowett G. S. & O'Donnell V. (2006) *Propaganda and persuasion*. Sage Publications.

Kaleva, Atte. (2018) *Jihad ja terrori*. Kustannusosakeyhtiö Otava.

Pörsti, Joonas. (2017) *Propagandan lumo. Sata vuotta mielten hallintaa*. Kustannusosakeyhtiö Teos. Helsinki.

Rose, Gillian. (2016) *Visual methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials*. 4th edition. SAGE Publications Ltd.

Seppä, A. (2012) *Kuvien tulkinta*. Gaudeamus Helsinki University Press.

Seppänen, Janne. (2005) *Katseen voima. Kohti visuaalista lukutaitoa*. Osuuskunta Vastapaino. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Shabo, Magedah E. (2008) *Techniques of propaganda and persuasion*. Prestwick House, Inc.

Spencer, R. (2015) *The Complete Infidel's Guide to ISIS*. Regnery Publishing.

Stern, J. & Berger, J.M. (2015) *ISIS. The State of Terror*. Harper Collins. New York.

The Guardian. 21.10.2017. Rise and Fall of Isis: its dream of caliphate is over, so what now? Haettu 15.4.2018.

<https://www.theguardian.com/world/2017/oct/21/isis-caliphate-islamic-state-raqqa-iraq-islamist>

The New Yorker. 10.5.2004. Torture at Abu Ghraib. Haettu 18.7.2018.

<https://www.newyorker.com/magazine/2004/05/10/torture-at-abu-ghraib>

Tal, Diana & Gordon, Avishad. (2016) *Jaques Ellul revisited: 55 years of propaganda study*. Society-magazine. Issue 2.

Tiilikainen, Heikki. (2015) *Hybridisota. Rintamaraportti*. Auditorium kustannusosakeyhtiö. Helsinki.

Tulkki, H. (2016) *Sukupuolen rakentuminen Isisin propagandajulkaisuissa*. Pro gradu - tutkielma. Helsingin yliopisto.

Ulkoministeriön blogit. 18.4.2016. Elämää Turkin pakolaisleireillä. Haettu 8.11.2020.

<https://blogit.ulkoministerio.fi/ankara/elamaa-turkin-pakolaisleireilla/>

Van Leeuwen, Theo & Jewitt, Carey. (2011) *The Handbook of Visual Analysis*. SAGE Publications Inc.

Vox. 27.11.2015. 18 things about Isis you need to know. Isis captured and executed James Foley and Steven Sotloff, two American journalists. Haettu 27.6.2018.

<https://www.vox.com/cards/things-about-isis-you-need-to-know/james-foley-isis>

Wikipedia 1. Dabiq (magazine). [https://en.wikipedia.org/wiki/Dabiq_\(magazine\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Dabiq_(magazine))

Wikipedia 2. Kaaba. <https://fi.wikipedia.org/wiki/Kaaba>

Wikipedia 3. Waziristan. <https://fi.wikipedia.org/wiki/Waziristan>

Wikipedia 4. Great Mosque of Kairouan.

https://en.wikipedia.org/wiki/Great_Mosque_of_Kairouan.

Wilson Center.org. 28.11.2017. ISIS after the caliphate. Haettu 9.11.2020.

<https://www.wilsoncenter.org/article/isis-after-the-caliphate-0>

Yle 1. 18.11.2015. Jihadista kalifaattiin – miten Isis käyttää islamilaisia termejä. Haettu 8.11.2020. <https://yle.fi/uutiset/3-8462821>

Yle 2. 7.1.2015. Useita kuollut ammuskelussa ranskalaislehden toimituksessa Pariisissa. Haettu 8.11.2020. <https://yle.fi/uutiset/3-7723189>

Yle 3. 8.1.2015. Isis ylistää Pariisin verilöylyn tekijöitä. Haettu 8.11.2020. <https://yle.fi/uutiset/3-7726552>

Yle 4. 2.1.2017. Saako Turkin kaoottinen vuosi jatkoa? Vallankaappausyritys, Isisin iskuja, taistelua kurdeja vastaan. Haettu 8.11.2020. <https://yle.fi/uutiset/3-9383443>

Yle 5. 15.8.2014. Terroristijärjestö Isis uhkaa myös Turkkia. Haettu 9.11.2020. <https://yle.fi/uutiset/3-7413001>